

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO



FACULTAD DE CIENCIAS
POLITICAS Y SOCIALES

“LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA
TELEVISION Y LA POLITICA DEL
ESTADO MEXICANO (ORIGENES Y
DESARROLLO)”

FERNANDO MEJIA BARQUERA

MEXICO 1981

24
13
BIBLIOTECA CENTRAL



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

C O N T E N I D O

INTRODUCCION	8
PRIMERA PARTE: EL MARCO TEORICO	
I. Clases Sociales, Estado y Medios de Difusión Colectiva en la Sociedad Capitalista	27
II. La Fuente de las Ganancias en la Industria de la Radiodifusión	82
SEGUNDA PARTE: EL PERIODO 1920 - 1940	
III. Los Orígenes de la Radiodifusión en México y la Política del Estado	129
IV. La Radiodifusión en el Período 1920 - 1934	201
V. La Radiodifusión Durante el Gobierno Carde nista	229
TERCERA PARTE: EL PERIODO 1940 - 1970	
VI. El Nuevo Bloque Dominante y los Radiodifu- sores	340
VII. La Industria de la Radiodifusión Durante el Decenio 1940 - 1950	359
VIII. Los Inicios de la Televisión en México	433
IX. La Industria de la Radiodifusión Durante el Decenio 1950 - 1960	479
X. La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960	558
XI. La Industria de la Radiodifusión en el Decenio 1960 - 1970	632

CUARTA PARTE: EL PERIODO 1970 - 1980

XII. La Radiodifusión en el Sexenio 1970 - 1976	715
XIII. La Radiodifusión y el Gobierno de José López Portillo (Notas sobre la coyuntura 1977 - 1980)	840
CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	892
BIBLIOGRAFIA CITADA	902

LISTA DE ABREVIATURAS

ABC	American Broadcasting Corporation
AGN	Archivo General de la Nación
AIR	Asociación Interamericana de Radiodifusión
AMER	Asociación Mexicana de Estadios Radiodifusoras
AMERC	Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales
CANACINTRA	Cámara Nacional de la Industria de la Transforma ción
CBS	Columbia Broadcasting System
CCE	Consejo Coordinador Empresarial
CCI	Central Campesina Independiente
CECOMSA	Central de Comunicación, S. A.
CIACE	Comisión Interamericana de Comunicaciones Eléctri cas
CIR	Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifu- sión
CIRT	Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión
CNC	Confederación Nacional Campesina
CONCAMIN	Confederación de Cámaras Industriales
CONCANACO	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio
COPARMEX	Confederación Patronal de la República Mexicana
CROM	Confederación Regional Obrera Mexicana
CSUM	Confederación Sindical Unitaria de México
CTM	Confederación de Trabajadores de México
DAPP	Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad
FPPM	Federación de Partidos del Pueblo Mexicano
INBA	Instituto Nacional de Bellas Artes
INTELSAT	Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite
LCE	Ley de Comunicaciones Eléctricas

LCMR	Liga Central Mexicana de Radio
LFRT	Ley Federal de Radio y Televisión
LNC	Liga Nacional Campesina
LOPPE	Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales
LVGC	Ley de Vías Generales de Comunicación
MLN	Movimiento de Liberación Nacional
NBC	National Broadcasting Corporation
OTI	Organización de Televisión Iberoamericana
PCM	Partido Comunista Mexicano
PNR	Partido Nacional Revolucionario
PRI	Partido Revolucionario Institucional
PRM	Partido de la Revolución Mexicana
PRUN	Partido Revolucionario de Unificación Nacional
RCA	Radio Corporation of America
RPM	Radio Programas de México
RTC	Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.
SCOP	Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SEP	Secretaría de Educación Pública
SER	Sociedad Española de Radiodifusión
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SIN	Sistema Interamericano de Noticias
SIP	Sociedad Interamericana de Prensa
SOMEX	Sociedad Mexicana de Crédito Industrial
SSA	Secretaría de Salubridad y Asistencia
STIRT	Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana
SUTM	Sindicato Unico de Trabajadores de la Música
TCM	Tele Cadena Mexicana
TIM	Televisión Independiente de México

TRM	Televisión Rural de México (a partir del 3 de febrero de 1981, Televisión de la República - Mexicana)
TSM	Telesistema Mexicano
TELEVISA	Televisión Vía Satélite
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
USEM	Unión Social de Empresarios Mexicanos

hacia la eliminación o canalización a través de métodos autoritarios de cualquier fuerza opositora al proyecto monopolístico; someter la educación y la vida cultural a las necesidades de formación de cuadros y reproducción ideológica de la gran burguesía. En síntesis, fortalecer el dominio ya existente en el país del capital financiero y consolidar el capitalismo monopolista de Estado.

Junto a tal proyecto existe otro, impulsado por las fuerzas democráticas y revolucionarias, que intenta, a través de una amplia alianza de los sectores revolucionarios, nacionalistas y antimperialistas, detener el avance de los monopolios y conseguir en el país el fortalecimiento de la sociedad civil, la democratización de la vida política, la organización militante e independiente de los trabajadores y la construcción de un gobierno de nuevo tipo, popular y democrático, capaz de desarrollar, apoyado en estas fuerzas una política de nacionalizaciones de aquellas áreas de la economía hoy copadas por los monopolios nacionales y extranjeros, de dirigir los beneficios obtenidos con la explotación de la riqueza natural del país a la satisfacción de las necesidades populares y de desarrollar una política educativa y cultural que recobre las tradiciones de la cultura nacional y dote al país de cuadros científicos y técnicos con pensamiento crítico y conciencia social que les permita actuar en la sociedad al lado de las causas de las clases populares.

En ambos proyectos los medios de difusión colectiva ocupan un lugar central. Para la burguesía monopolista preservar y, más aún, profundizar su actual preponderancia sobre estos medios, especialmente los de mayor penetración -radio y televisión- resulta indis-

hacia la eliminación o canalización a través de métodos autoritarios de cualquier fuerza opositora al proyecto monopolístico; someter la educación y la vida cultural a las necesidades de formación de cuadros y reproducción ideológica de la gran burguesía. En síntesis, fortalecer el dominio ya existente en el país del capital financiero y consolidar el capitalismo monopolista de Estado.

Junto a tal proyecto existe otro, impulsado por las fuerzas democráticas y revolucionarias, que intenta, a través de una amplia alianza de los sectores revolucionarios, nacionalistas y antimperialistas, detener el avance de los monopolios y conseguir en el país el fortalecimiento de la sociedad civil, la democratización de la vida política, la organización militante e independiente de los trabajadores y la construcción de un gobierno de nuevo tipo, popular y democrático, capaz de desarrollar, apoyado en estas fuerzas una política de nacionalizaciones de aquellas áreas de la economía hoy copadas por los monopolios nacionales y extranjeros, de dirigir los beneficios obtenidos con la explotación de la riqueza natural del país a la satisfacción de las necesidades populares y de desarrollar una política educativa y cultural que recobre las tradiciones de la cultura nacional y dote al país de cuadros científicos y técnicos con pensamiento crítico y conciencia social que les permita actuar en la sociedad al lado de las causas de las clases populares.

En ambos proyectos los medios de difusión colectiva ocupan un lugar central. Para la burguesía monopolista preservar y, más aún, profundizar su actual preponderancia sobre estos medios, especialmente los de mayor penetración -radio y televisión- resulta indis-

pensable por varias razones. En primer lugar porque, como es bien conocido, la actual estructura económica, política, administrativa y jurídica sobre la que funcionan la radio y la televisión ha permitido a los grandes capitalistas reservar para su uso casi exclusivo el "mercado publicitario" en estos medios lo que les ha redituado enormes ventajas en lo referente al incremento de sus volúmenes de ventas, a la rápida realización de la plusvalía y, de manera indirecta, en los aumentos de sus tasas de acumulación y de ganancia. Pero, además, porque la actual estructura sobre la que operan la radio y la televisión permite a las fracciones monopolistas de la burguesía difundir su discurso político-ideológico en condiciones de infinita superioridad, en cuanto a número de receptores, con respecto a cualquier otra fuerza política del país.

Para las fuerzas democráticas y revolucionarias, acceder a estos medios, de los cuales han estado tradicionalmente marginadas, resulta imprescindible para presentar sus proyectos al conjunto de la sociedad de una manera más libre y amplia, confrontándolos públicamente con los de las otras fuerzas, lo cual les otorgaría la posibilidad de influir en un número mayor de personas. De ahí que sean precisamente las fuerzas del progreso las que plantean cambios en la estructura actual de la difusión colectiva en México y exijan el respeto a la libertad de expresión, el derecho a contar con información veraz y permanente y el debate amplio, riguroso y libre de las diferentes corrientes políticas en la medida en que ello es indispensable para fortalecer a la sociedad civil y lograr una situación democrática en el país.

Pero si bien la ubicación de estos medios dentro de los proyeco

tos antes citados resulta sumamente clara, existe un problema que ciertamente ha suscitado divergencias entre los interesados en el tema. Me refiero a la política que el Estado mexicano ha mantenido, y mantiene hoy, respecto a la radiodifusión. Esto es: de qué manera (mediante qué contenidos, qué criterios políticos, formas de organización administrativa y técnica) el Estado ha utilizado esos medios para difundir sus proyectos políticos -y la justificación ideológica de los mismos- a la sociedad civil, en qué medida ha empleado esos medios para promover y difundir la cultura y la educación al pueblo y cuál ha sido su actitud respecto a la industria de la radiodifusión (es decir, la radio y la televisión comerciales), tanto en lo que se refiere a su relación política con los concesionarios que gozan de la autorización estatal para lucrar a través de la utilización del espacio aéreo propiedad de la nación, como en lo relativo a las facilidades para la acumulación que el Estado siempre ha otorgado a esta industria.

Respecto a este problema no sólo existen las diferencias --- obvias entre las concepciones de la gran burguesía (que pretende reducir al Estado al papel de mero administrador jurídico y técnico de los intereses de los radiodifusores) y de las fuerzas democráticas y revolucionarias. Aun entre éstas existen serias diferencias respecto a la caracterización de la política estatal en esta materia y, en consecuencia, diferentes concepciones acerca de la forma en que estas fuerzas deben actuar para impulsar la democratización de estos medios.

Así, existen, por ejemplo, posiciones que otorgan al Estado el papel central en la lucha por la democratización de los medios

de difusión bajo el supuesto de que éste posee todavía un amplio - potencial democrático existente por la presencia en la burocracia gobernante de una fracción progresista que intenta introducir cambios de carácter democrático en la estructura sobre la que operan la radio y la televisión; cambios consistentes, sobre todo, en permitir el acceso de las distintas corrientes políticas a estos medios en las estaciones del Estado y en los tiempos de que éste dispone en las estaciones privadas. Ante este proyecto, la actitud de las fuerzas democráticas y revolucionarias debería ser -según esta concepción- la de apoyar estos intentos progresistas de la mencionada fracción de la burocracia gobernante.

Pero existen también otras posiciones que entienden la democratización de la radio y la televisión no como una situación en la cual las diferentes fuerzas sociales, hasta hoy segregadas de ellos, deban expresarse exclusivamente a través de las estaciones y tiempos del Estado, sino que, además de que los recursos de difusión colectiva estatales queden abiertos para todas las fuerzas políticas, éstas posean también sus propias estaciones y, fundamentalmente, que la determinación de la forma en que han de funcionar la radio y la televisión en México sea decidida por un amplio conjunto de fuerzas sociales y políticas y no por decisiones unilaterales del Estado o de la minoría que hoy detenta el control sobre estos medios.

Por mucho tiempo y por razones que sería muy largo enumerar - aquí, han predominado en los análisis relativos a la política del Estado mexicano respecto a la radio y la televisión ideas como las siguientes:

FALTA

HORA

14

da oficial, dejando que los particulares promovieran el desarrollo de la radiodifusión como industria.

3) Contrariamente a lo que muchos investigadores afirman, la radiodifusión en México no "nació comercial". El Estado contó en el periodo de inicio de la radiodifusión (y aun después) con estaciones propias. Sin embargo, la red de estaciones comerciales fue siempre superior en tanto contó desde un principio con fuentes de financiamiento muy poderosas provenientes en gran medida del capital monopólico internacional (estadounidense en este caso). Además, el carácter propio de la actividad de esas estaciones hizo posible su reproducción en escala ampliada. El Estado, por su parte, ni tenía la capacidad económica suficiente para financiar una red poderosa de estaciones ni contaba con un plan de difusión cultural e información que mediante objetivos precisos coordinara y diera funciones específicas a las estaciones estatales involucrándolas en ese plan. Por ello, incluso, muchas estaciones estatales desaparecieron con el tiempo o pasaron a poder del capital privado.

4) Si bien la afirmación de que en México el Estado no cuenta con un plan de difusión cultural, educación e información con características democráticas y populares es cierta, ello no significa que, como se dice con frecuencia, el Estado carezca de una política definida respecto a la radiodifusión. Un Estado siempre -- tiene una posición política respecto a ella. Sin embargo, no son las burocracias gobernantes quienes, a través de actos de tipo voluntarista, deciden la orientación y el contenido del proyecto social que promueve el Estado en la medida en que éste no es una institución situada "por encima de las clases", sino la expresión po-

lítica del poder de una clase o un bloque de clases y estratos sociales. La política de un Estado con respecto a la radiodifusión guarda estrecha vinculación con la correlación de fuerzas existentes entre las clases sociales y, en consecuencia, con la eficacia e intensidad con que éstas logran hacerse representar en el Estado y, a través de él, hacer válido para toda la sociedad su proyecto social. De allí que tanto la política estatal en materia de radiodifusión como las formas de propiedad y el contenido ideológico de los medios que la hacen posible, formen parte del proyecto social dominante. Esto permite plantear la hipótesis de que la ausencia de una política estatal en materia de radiodifusión con características democráticas y populares, no se debe a la incapacidad del -- Estado, sino a la preeminencia de un proyecto de radiodifusión al servicio de la acumulación capitalista (defendido por el Estado) y a la debilidad de las fuerzas sociales que podrían impulsar un proyecto de naturaleza progresista.

5) La política del Estado mexicano con respecto a la industria de la radiodifusión se enmarca en la política general que aquél ha mantenido a lo largo de casi seis décadas para impulsar el capitalismo en nuestro país. Las variaciones de esa política coinciden con los cambios en los modelos de acumulación desarrollados por la burguesía y el Estado y con los cambios en la correlación de fuerzas entre las clases sociales. Así, la industria de la radiodifusión, después de ser beneficiada -en términos de protección y fomento- por la política cardenista, se consolidó y expandió de manera extraordinaria gracias a la política de apoyo a los monopolios practicada por los gobiernos que impulsaron el llamado "desarrollo estabilizador" y a la integración definitiva del grupo hegemónico de -

los radiodifusores a la oligarquía financiera; y finalmente ha penetrado en una fase en que su expansión continúa de forma aún más acelerada -incluso hacia afuera del país- en medio de la serie de conflictos entre el Estado y diversas fracciones de la burguesía -y de éstas entre sí- que han caracterizado el tránsito hacia el Capitalismo Monopolista de Estado en México (es decir el tránsito hacia la integración de los monopolios y el capital del Estado, si tuación a la que la radiodifusión no es ajena). Se trata, pues, de una política que, con las peculiaridades y variaciones económicas y políticas de cada etapa de acumulación capitalista en el país, ha impulsado (fortalecida por la debilidad de las fuerzas democráticas) un proyecto de radiodifusión subordinado a la acumulación de capital y, en consecuencia, a todas las formas de reproducción económica e ideológica del capitalismo.

6) El hecho de que la radiodifusión haya sido explotada prácticamente durante toda su historia por el capital privado, no ha significado nunca un desplazamiento absoluto de la presencia estatal del conjunto de mensajes radiofónicos y televisivos; el Estado ha mantenido desde el inicio de la radiodifusión diversos mecanismos de participación y control en ella (a través del control de la red de telecomunicaciones, del régimen jurídico e incluso mediante formas coercitivas como la censura) que le han permitido utilizar a la radio y a la televisión -entre otros muchos recursos- para lograr y conservar su dominación en la sociedad.

7) La relación entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de radiodifusión se da a la manera corporativa de éste. La estructura corporativa del Estado mexicano constituye -

la forma peculiar en la que éste cumple su función de dar unidad y coherencia a la burguesía como clase y a sus proyectos, independiente de las contradicciones internas de ésta manteniendo, al mismo tiempo, su dominación sobre las clases. Es decir, que mediante esta estructura la clase dominante no ha necesitado de partidos u organizaciones políticas propias para llevar adelante sus proyectos a través del Estado, pero, al mismo tiempo, la burocracia política que lo encabeza puede mantener la dirección política del país. Las cámaras de industria forman parte esencial de esa estructura. A través de estos "órganos de consulta del Estado" los diferentes grupos industriales mantienen un estrecho contacto con el "poder público". Las relaciones entre ambos no están exentas de discrepancias, con--tradicciones, presiones, censuras, etc., en tanto constituyen relaciones complejas y contradictorias. Los concesionarios de los me--dios de radiodifusión están integrados a esa estructura a través de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, organismo mediante el cual han impulsado sus proyectos, hechos realidad por el Estado, después de un proceso más o menos conflictivo -dependiendo de la coyuntura- de negociaciones con diferentes gobiernos.

8) Los conflictos entre los concesionarios de la radiodifusión y la burocracia política del Estado no implican la existencia de diferencias antagónicas entre los proyectos de radiodifusión de ambas entidades y mucho menos implican que el proyecto actual del Estado constituya la alternativa para derrotar al del capital monopólico o limitar la influencia de éste en la radiodifusión. En realidad, tan burgués es un proyecto como el otro, pero existen diferencias sus--tanciales entre ambos. Estas se originan, en primer lugar, por el

hecho de que el Estado mexicano no puede utilizar en la emisión de sus mensajes el mismo lenguaje ni asumir las mismas actitudes de la burguesía. En el aparato estatal se mueven diferentes corrientes - del pensamiento burgués y pequeño burgués, desde el anticomunismo - recalcitrante hasta la social democracia, pasando por algunas corrientes neolombardistas, neocardenistas, etc., lo que hace que a pesar de que la fracción hegemónica en él, sea la ligada al gran capital y que la política estatal esté en general muy influenciada por los monopolios, los mensajes del Estado deban conciliar las diversas corrientes representadas en el aparato estatal. Además, las características que dieron origen al Estado mexicano (una revolución en -- donde las masas jugaron un papel fundamental) y la relación que este guarda aún con las clases populares que mediadas, ideologizadas y controladas corporativamente siguen constituyendo su base de apoyo, hacen que el manejo de la información y el contenido de los mensajes estatales no puedan ser iguales a los de la gran burguesía. La información colectiva y la propaganda manejadas por el Estado -- forman parte de los recursos de mediación a través de los cuales éste trata de conciliar en el plano de la ideología las contradicciones en realidad irreconciliables en el plano de la economía y de la lucha de clases. El Estado no puede, por ello, dejar de aparecer -- como el representante del interés colectivo y, por ello también, -- requiere de incorporar a su discurso radiofónico y televisivo, igualmente mediadas e ideologizadas, algunas de las expresiones políticas o culturales de las clases dominadas e incluso permitir una participación limitada y controlada de partidos y corrientes revolucionarios a través de esos medios. Esto aunado al hecho de que en al-

gunos medios difusivos del Estado trabajen como directores, informadores, artistas, técnicos, etc., personas que mantienen posiciones democráticas, ha provocado que la radiodifusión estatal, aunque como es lógico exprese y defienda editorialmente la política general del Estado, sea infinitamente más proclive a expresar las posiciones de las corrientes progresistas del país. Todo lo anterior, contrasta notablemente con lo que ocurre en la radio y la televisión comerciales en donde la gran burguesía no duda en utilizar permanentemente el más vulgar anticomunismo, la falacia, la condena a las luchas populares, el desprestigio al sindicalismo democrático, etc., para promover sus intereses y para legitimar sus posiciones políticas.

9) El creciente aumento de la presencia del Estado en la radio y la televisión está, hoy, muy lejos de obedecer a un proyecto que busque la democratización efectiva de estos medios. Se trata, más bien, de un esfuerzo del Estado, y más específicamente del gobierno, por contar con un número mayor de estaciones propias para difundir con mayor amplitud el discurso oficial en un momento en que el proyecto histórico del Estado y sus políticas específicas requieren urgentemente de legitimarse y de contar con el consenso popular. De ahí que más que intentar una democratización efectiva de la radiodifusión, la cual implicaría luchar por eliminar la concentración en la propiedad y la operación de estos medios, posibilitando que partidos políticos, sindicatos, instituciones de educación superior y de cultura posean estaciones propias, porque todos los individuos y corrientes políticas tengan acceso amplio y efectivo a los medios y pugnar porque la definición de las formas en que han

de operar estos medios sea decidida a través de la participación real de un amplio conjunto de fuerzas representativas de la sociedad, el Estado ha desarrollado una política que tiende, en primer lugar, a centralizar los recursos de radiodifusión estatales para hacerlos más eficientes en la difusión de las políticas estatales y mejor controlables por el Poder Ejecutivo; y en segundo lugar a permitir una expresión profundamente limitada de algunas organizaciones de oposición. De ahí también que en estos momentos las iniciativas verdaderamente democratizadoras con respecto a la radiodifusión estén surgiendo de las fuerzas democráticas y revolucionarias de la sociedad civil (especialmente de la izquierda) y no de los proyectos del Estado.

Este trabajo, a pesar de su extensión, no pretende constituir "una historia de la radio y la televisión en México" o un análisis que pretenda englobar el amplísimo tema de la política general del Estado respecto a la radiodifusión. Se trata únicamente de analizar el desarrollo histórico de una parte de esa política general: la que se refiere a la política que el Estado ha mantenido hacia la industria de la radiodifusión, es decir, la radio y la televisión comerciales, tanto en lo relativo a los aspectos económicos y legales, como, más específicamente, a la relación entre la burocracia política del Estado y los empresarios que detentan las concesiones para operar estaciones de radio y televisión. Se trata, sin embargo, de una parte fundamental de la política estatal en esta materia y la que ha contribuido en gran medida a consolidar la preponderancia de los intereses de la burguesía sobre la parte fundamental del sistema de radio y televisión en México.

La forma de exposición del tema es como sigue:

La primera parte, integrada por dos capítulos, incluye, en primer lugar, una introducción de tipo teórico-metodológico (capítulo I) en la cual se reflexiona sobre diversos problemas referentes a la complicada relación que se da entre las clases sociales, el Estado y los medios de difusión colectiva en la sociedad capitalista. Se abordan aspectos como, por ejemplo, los factores que determinan el régimen de propiedad, el régimen jurídico y los contenidos de los medios; la ubicación de éstos dentro de los proyectos políticos de las clases y del Estado; y el comportamiento de esos medios en diversas situaciones y coyunturas políticas, como los momentos en los que las fuerzas progresistas luchan por el establecimiento de condiciones de democracia y libertad política, en las crisis de hegemonía, etc. Se dedica también un capítulo para ofrecer algunas reflexiones acerca de una cuestión cuyo análisis en México en realmente incipiente y que se refiere a las fuentes de los ingresos en la industria de la radiodifusión. Aquí se abordan problemas como los siguientes: ¿es la radiodifusión privada una industria en sentido estricto o una actividad comercial? ¿produce bienes materiales o presta servicios? ¿sus trabajadores realizan una actividad productiva o improductiva? Asimismo, se analiza la relación que existe entre la fuente de los ingresos en la radiodifusión comercial con la composición social y la estructura organizativa existentes en el gremio de los radiodifusores.

La segunda parte del trabajo (capítulos III al V) se refiere al estudio del desarrollo de la industria de la radiodifusión y a la política del Estado mexicano con respecto a ella durante el periodo

1920-1940. En esta parte se analizan las experiencias iniciales de radiodifusión comercial y la constitución de la industria radiofónica propiamente dicha; las primeras disposiciones jurídicas sobre la materia; los intentos iniciales de organización por parte de los concesionarios; el inicio del desarrollo económico de la industria y las primeras manifestaciones de la política estatal hacia ella; la lucha de los concesionarios por hacer de la radiodifusión comercial una actividad autónoma, independiente del complejo de comunicaciones y transportes. El periodo termina con la promulgación de la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1939 que marcó un cambio muy importante en el desarrollo de esta industria y con los cambios de composición que se produjeron en el bloque dominante y en el bloque gobernante en 1939-1940 y que resultaron fundamentales en la política estatal respecto a ella en los años posteriores.

La tercera parte (capítulos VI al XI) incluye el estudio del periodo 1940-1970 y comprende la política estatal favorable al desarrollo y consolidación de los monopolios y su influencia en la constitución de los grandes consorcios radiofónicos y en el surgimiento de la televisión comercial; el fortalecimiento de la organización gremial de los concesionarios en el plano nacional y la constitución de organizaciones de radiodifusores internacionales en donde los concesionarios mexicanos jugaron un papel dirigente en muchos momentos; la integración del grupo dirigente de los concesionarios a la oligarquía financiera y el consiguiente aumento de su influencia en las decisiones estatales relativas a la materia; la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión y las modificaciones al régimen legal de la radiodifusión en 1968-1969, mismas que tuvieron enormes

beneficios para los concesionarios y en cuya definición la actuación política de éstos fue decisiva.

Finalmente, la cuarta parte (capítulos XII y XIII) abarca el periodo 1970-1980, y en él se tratan los conflictos surgidos entre la burocracia política y los concesionarios a principios de los años setenta y que rompieron momentáneamente las relaciones cordiales que normalmente habían mantenido; el aumento global de la participación del Estado en la radio y la televisión; la fusión de las dos principales empresas de televisión privada para formar el consorcio televisa; la expresión del capitalismo monopolista de Estado en el campo de la radiodifusión y la ubicación de la radiodifusión en la política del gobierno de José López Portillo.

Una investigación como esta suele ser responsabilidad de una sola persona o de un número reducido de ellas. Pero en su elaboración interviene un número indefinido de personas, desde los trabajadores que en bibliotecas, hemerotecas y archivos realizan la tarea de proporcionar para su consulta los documentos que la investigación exige, hasta quienes, voluntariamente o no, aportan ideas y críticas que enriquecen el conocimiento del o los autores. Incluir, sin embargo, los nombres de todos quienes de alguna manera han contribuido a la realización de este trabajo sería muy extenso. No obstante deseo dejar constancia de mi reconocimiento a quienes de forma más directa han influido y colaborado en la elaboración de esta investigación.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Arturo Mejía Barquera a cuya invaluable colaboración este trabajo debe en gran medida su existencia; a Fátima Fernández Christlieb a cuyas enseñanzas

debo, entre otras muchas cosas, el haberme interesado por adentrarme en la investigación de la compleja y cada vez más importante problemática relativa a la política del Estado mexicano con respecto a la difusión masiva; y a mis entrañables compañeros del grupo académico TCS, Alejandro Abarca Reyna, Gerardo Cubos Ordaz, Amador Guillén Peña, Eduardo Meraz Moya y Raúl Ramírez Olguín, a quienes esta investigación debe críticas y comentarios rigurosos realizados en larguísimas y memorables sesiones en la calle de Venus, barrio de San Simón, México, D.F.

Finalmente deseo manifestar mi reconocimiento a Enrique Arriola y Angeles Suárez del Solar (responsables del acervo Obregón-Calles y Cárdenas del Ramo Presidentes del Archivo General de la Nación) y a Eduardo Villanueva (responsable del acervo Avila Camacho, Alemán Valdés y Ruíz Cortines del mismo ramo) por las facilidades que me brindaron para consultar el rico material documental que sobre la historia reciente de México guarda esa institución.

F.M.B.

México, D.F. mayo de 1981

BIBLIOTECA CENTRAL

PRIMERA PARTE

(El marco teórico)

CAPITULO I

CLASES SOCIALES, ESTADO Y MEDIOS DE DIFUSION COLECTIVA EN LA SOCIEDAD CAPITALISTA

¿Cuáles son los factores que condicionan las características del desarrollo histórico de los medios de difusión colectiva, sus formas de propiedad, su régimen jurídico, el contenido político-ideológico de sus transmisiones? ¿Qué lugar ocupan dichos medios dentro de los proyectos políticos de las clases sociales y del Estado en la sociedad capitalista? ¿Cuál es el "comportamiento" de los medios masivos en ciertas situaciones y coyunturas políticas como, por ejemplo, las crisis, los momentos en los que la burguesía ejerce su dominación fundamentalmente a través de la represión o los momentos en los que la lucha de las fuerzas democráticas y revolucionarias logra abrir un espacio democrático y de libertades políticas?

El objetivo de este capítulo es proponer para la discusión un conjunto de reflexiones acerca de estos problemas.

- 1) Los Factores que Determinan las Características del Desarrollo Histórico de los Medios de Difusión Colectiva y su Contenido Político.

El desarrollo de los modernos medios de difusión colectiva no debe analizarse solamente, como parecen insistir los estudios tradicionales, de una manera cuantitativa, es decir, considerando prin-

principalmente los avances tecnológicos que los van haciendo más eficientes, de mayor cobertura y más penetrantes. Esta es sólo una parte del problema. Junto al desarrollo tecnológico de los medios de difusión colectiva, es necesario estudiar otro tipo de desarrollo que es el que, de manera directa, define sus características políticas, es decir, a qué intereses sirven en una determinada sociedad, cómo son utilizados, cuál es su relación con los proyectos de las clases sociales y sus fracciones, de los grupos sociales y del Estado. Pero, además, el estudio del desarrollo político de los medios masivos se relaciona también con el problema de la situación o la coyuntura política; esto es de la forma concreta en que son utilizados por las fuerzas sociales de acuerdo a diferentes circunstancias que condicionan su actuación política, por ejemplo, las variaciones en la correlación de fuerzas con sus oponentes, el nivel de madurez política alcanzado por la fuerza social que utiliza los medios, etc. De aquí se desprenden problemas tan importantes como los siguientes: ¿porqué en ciertos países capitalistas existe la posibilidad -generalmente restringida, pero posibilidad al fin- de que las fuerzas de izquierda se expresen a través de la radio y la televisión y en otros existe una prohibición estricta al respecto? ¿Porqué en algunos países capitalistas los medios masivos, especialmente los electrónicos, sirven casi exclusivamente a la acumulación capitalista y en otros pueden emplearse con fines educativos? ¿De qué depende la posesión privada o estatal de los medios de difusión en esos países?

Así, pues, es posible observar que el desarrollo político de los medios masivos no es de ninguna forma lineal; por el contrario,

es profundamente contradictorio y se halla en el centro mismo de la lucha de clases. Por ello, los medios pueden tener características progresivas o regresivas en sus contenidos según sea la fuerza social hegemónica y según la forma en que ésta los utilice dentro de sus proyectos. Si bien el desarrollo cuantitativo y tecnológico de los medios masivos representa un aspecto importante para su análisis, tal desarrollo nunca ocurre de manera aislada; por eso siempre debe estudiarse teniendo en consideración aquellos factores económicos y político-ideológicos en que la evolución tecnológica está inmersa. En realidad es ese amplio contexto el que determina las características que asume el desarrollo tecnológico.

Ahora bien, aunque es cierto que el desarrollo político de los medios de difusión colectiva adquiere particularidades específicas en cada país, existen ciertos elementos que nunca deben dejar de considerarse en los análisis concretos que se practiquen acerca de la situación de los medios en una sociedad determinada. Ellos son los siguientes:

- a) El análisis de la formación económico social en que existe el sistema de medios de difusión que se va a estudiar.

Esto implica estudiar la relación de los medios masivos con el conjunto de la estructura económica atendiendo de manera especial el papel que desarrollan dentro del proceso de reproducción ampliada del capital social y dentro del ciclo de rotación del capital industrial. Asimismo, requiere estudiar la estructura de clases, las manifestaciones políticas que esta genera y su relación con los medios de difusión colectiva, es decir, el papel concreto de éstos en la lucha política. Igualmente indispensable resulta -

analizar la política general del Estado y la forma en que los medios son empleados para la difusión de ésta. Por último, es preciso un conocimiento amplio de las ideas fundamentales que existen en la formación de que se trate y del conjunto de expresiones culturales existentes en ella (localizando quienes ^{las} generan), analizando e identificando la forma en que ellas se expresan a través de los medios.

b) El grado de madurez alcanzado por las clases sociales.

Cuando una clase social se halla plenamente conformada tanto desde el punto de vista económico (es decir, cuando ocupa el lugar de clase fundamental dentro de un modo de producción) como --- desde el político-ideológico (cuando ha desarrollado su propia conciencia de clase y sus propias organizaciones políticas y sociales), es capaz de formular un proyecto de existencia social acorde a sus intereses y luchar por organizar la sociedad de acuerdo a él. De igual manera, las clases deben ser capaces de generar un proyecto político coherente con esos intereses; es decir, de formular y llevar a cabo un conjunto de acciones políticas (estratégicas y tácticas) con objetivos precisos para el corto, el mediano e incluso para el largo plazo que permitan a la clase avanzar en su lucha -- contra las fuerzas antagónicas y le permitan conquistar o mantener la hegemonía.

Dentro de la lucha política por hacer progresar sus proyectos, las clases se valen de un amplio conjunto de acciones propagandísticas y de difusión ideológica para influir con ellas al conjunto de la sociedad. Para ello requieren contar con medios de difusión colectiva.

Sin embargo, la utilización adecuada de los medios de difusión colectiva en beneficio de los proyectos de una clase tiene - que ver de manera fundamental con la madurez política de la clase. Mientras mayor sea el grado de conciencia política adquirido por la clase, mientras mejor organizada esté políticamente, mientras más fuertes sean sus organizaciones políticas y sociales, mejor será la utilización que la clase haga de los medios de difusión colectiva de que disponga. Además, en la medida en que posea un conocimiento vasto de la potencialidad de los medios masivos, tendrá también una idea clara de cómo combatir la influencia que las fuerzas políticas oponentes pueden lograr en la sociedad civil a través de la difusión masiva. Por eso, cuando se analiza el desarrollo histórico de los medios de difusión colectiva en una formación capitalista, es necesario observar con atención cuáles han sido las actitudes hacia los medios tanto de las clases dominadas como de la burguesía y sus fracciones.

Lo anterior se relaciona directamente con problemas tan importantes como, por ejemplo, el que se refiere al carácter comercial o no comercial de los medios masivos en un país capitalista. Es posible afirmar que una de las causas decisivas para la existencia de un sistema de medios de difusión eminentemente comercial, es la existencia en los años de formación del sistema de difusión en el país de que se trate, de una burguesía plenamente desarrollada o, por lo menos, en franco ascenso, con una idea clara de cómo utilizar los medios masivos tanto políticamente como para servir al proceso de acumulación de capital, combinada con la presencia de una clase obrera débil o apenas en desarrollo, o bien sujeta a

las formas políticas e ideológicas de la burguesía (es decir, en este último caso, plenamente conformada en el sentido económico, pero con una escasa conciencia de clase, sujeta a direcciones reformistas en sus organizaciones clasistas y frecuentemente carente de partidos propios fuertes). Por el contrario, en aquellos países en donde la clase obrera cuenta con una amplia tradición de lucha, con partidos y organizaciones sociales sólidas, difícilmente existe un sistema de medios de difusión colectiva de carácter predominantemente comercial. En condiciones como estas, no es extraño que sea el Estado quien controle la parte fundamental del sistema de difusión colectiva (me refiero básicamente a la radiodifusión) y que las organizaciones de los trabajadores puedan ejercer alguna influencia en el funcionamiento de dicho sistema. Todo ello por dos razones fundamentales: a) porque la clase obrera, políticamente madura, plenamente consciente de la capacidad de difusión de los medios masivos -especialmente de los electrónicos- tiene capacidad para oponerse a cualquier proyecto de dedicar estos medios a la acumulación capitalista; b) porque en tal situación el Estado debe asegurar que la difusión masiva en lo general (porque no es posible lograrlo por completo) permanezca sirviendo al proyecto de desarrollo capitalista que él mismo impulsa; el Estado, así, se convierte en el principal difusor de la ideología burguesa.

Lo anterior muestra la importancia que para las características políticas que asumen los medios masivos, tiene la madurez política de las clases sociales. Pero esto nos remite al siguiente elemento fundamental para el análisis del desarrollo político de los medios de difusión colectiva: las variaciones en la correlación de fuerzas entre las clases, fracciones o grupos.

c) El análisis de la correlación de fuerzas.

En efecto, en gran medida el contenido político-ideológico - que se transmite a través de los medios masivos, la estructura de propiedad de éstos, el régimen legal que regula su funcionamiento, etc., son problemas que se vinculan con la correlación de fuerzas que existe entre las clases fundamentales del capitalismo. Resulta claro que cuando una clase es hegemónica lo es precisamente - porque su proyecto social y su proyecto político han ganado consenso debido a lo cual ocupa un lugar preponderante respecto a las fuerzas antagónicas. Es clase dominante y dirigente, porque la correlación de fuerzas le es favorable. Así, la clase dominante, - al igual que tiene la capacidad, por su posición hegemónica, de organizar la producción de acuerdo al contenido de su proyecto social y mantiene la dirección ideológica y cultural de la sociedad así como el poder del Estado, estará en posibilidad de utilizar - con plenitud el sistema de medios de difusión colectiva en beneficio de sus intereses de clase. Sin embargo, esto último no ocurre de manera absoluta ni de igual forma en todos los países capitalistas, sino que depende de la peculiar situación que guarde la correlación de fuerzas entre las clases sociales. De esta forma puede observarse que si bien en ciertas situaciones políticas los medios son, efectivamente, "expresión exclusiva de la burguesía" -como suele decirse- existen en cambio otras en las que la lucha de las fuerzas democráticas y revolucionarias adquiere tal magnitud que logra abrir espacios políticos que permiten una expresión más abierta de sus intereses, incluso a través de canales de difusión que tradicionalmente han sido manejados exclusivamente por -

la burguesía. No es lo mismo, obviamente, la situación de los medios en aquellos momentos en los que la burguesía ejerce su dominación sin crisis que en aquellas en las que su hegemonía es puesta en crisis por la acción política de las clases dominadas. Tampoco es igual el carácter de los medios en los momentos en los que la dominación burguesa se realiza, fundamentalmente, a través de la represión que en aquellas en las que la lucha de las fuerzas democráticas y revolucionarias hace limitar la actividad represiva y abre, como mencioné antes, un espacio democrático y de respeto a las libertades políticas. Todas estas situaciones y coyunturas políticas son resultado de una diferente correlación de fuerzas, y mientras en unas la clase obrera y en general las fuerzas progresistas permanecen en una condición de debilidad tal (como resultado ya sea de su inmadurez política o por la actividad represiva en su contra) que no tienen otro recurso que utilizar medios de difusión tan limitados como las hojas volantes o periódicos de --escasa circulación (todo ello frecuentemente en condición de clandestinaje, legalidad o semilegalidad), existen otras en las que --su nivel de organización y capacidad política se fortalecen de manera tal que se produce un avance favorable a sus intereses en la correlación de fuerzas, lo cual les permite ya no sólo utilizar medios de difusión de poco alcance, sino incidir en el sistema de grandes medios masivos ya sea --dependiendo del carácter de la coyuntura o de la situación política-- abriendo condiciones políticas adecuadas para utilizar legalmente, o incluso ilegalmente, --los grandes medios masivos (especialmente la radio y la televisión) o bien construyendo sus propios canales de difusión colectiva.

En todas estas situaciones es evidente que las relaciones de producción capitalistas siguen siendo dominantes y, por lo tanto, el sistema fundamental de medios masivos continúa sirviendo, de manera primordial a los intereses de la burguesía; sin embargo, - el análisis de las variaciones que a través del desarrollo histórico de un país va sufriendo la correlación de fuerzas entre las clases sociales, muestra que los medios de difusión colectiva no son esos fetiches todo poderosos que "por definición" son instrumentos de "expresión exclusiva" de la burguesía en todos los momentos del desarrollo político de una sociedad capitalista, y que si bien tal situación ocurre en ciertas situaciones (como producto de una correlación de fuerzas absolutamente favorable a la burguesía), existen otras en las que la clase obrera y sus organizaciones y en general las fuerzas progresistas y anticapitalistas pueden influir en la dirección política de los medios masivos e incluso utilizarlos en su beneficio. Absolutizar para todo momento y situación del capitalismo la idea de que los medios de difusión colectiva son "expresión exclusiva de la burguesía" equivale a -- desconocer, tras una frase de apariencia sumamente radical y que en muchas ocasiones se limita a la condena simple, la capacidad de las fuerzas revolucionarias para influir en la orientación de los medios; influencia para ejercer la cual las fuerzas progresistas no tienen porque esperar a que "se establezca el socialismo", sino que la lucha por ejercerla debe formar parte de su actividad diaria y debe ocupar un lugar central dentro de sus esfuerzos por la conquista y la defensa de libertades políticas.

Ahora bien, como es obvio, una determinada correlación de --

fuerzas siempre tiene expresión en la política estatal. De acuerdo a esa correlación, las clases tienen mayor o menor influencia en el Estado y, por lo tanto, en el proyecto político de éste. De ahí que para el caso del desarrollo político de los medios de difusión colectiva, el estudio de las características del proyecto político impulsado por el Estado y su relación con los medios de difusión sea imprescindible.

d) El carácter del proyecto estatal.

Para el análisis concreto del funcionamiento de los medios de difusión colectiva en un país capitalista y su relación con el Estado, no basta identificar a éste como un Estado de clase y definir a los medios como una parte de sus "aparatos ideológicos". - Esto puede ser, ciertamente, un punto de partida, pero el problema no puede ser abordado con sólo esos elementos. Además, la utilización exagerada o absolutizadora que a veces se hace de la noción de aparatos ideológicos del Estado tiene serias limitaciones. Como se sabe, Althusser¹ propone un listado que incluye, entre otros - aparatos ideológicos del Estado, a la iglesia, la escuela, la familia, los sindicatos, los partidos, los medios de información masiva, etc. Sin embargo, cabe preguntar si efectivamente los partidos revolucionarios y los sindicatos independientes del Estado son "aparatos ideológicos" de éste. Si bien en ciertos momentos la generalidad de los partidos y los sindicatos, por ejemplo, pueden funcionar efectivamente como instrumentos de mediación para la dominación estatal, también pueden ser, en el caso de las organizaciones revolucionarias, negadores de la ideología estatal.² Este es, también, el caso de los medios de difusión colectiva. Estos,

como apunté en el inciso anterior, pueden funcionar en efecto, y en su totalidad, como legitimadores de la ideología estatal, pero ello es así con la condición de que las fuerzas revolucionarias - se encuentren en una situación de debilidad orgánica o sujetas a una represión intensa. Porque cabría preguntar si la gran prensa bolchevique o incluso si las estaciones radiodifusoras que los movimientos revolucionarios logran constituir legal o ilegalmente - son también difusores de la ideología del Estado burgués.

Por ello, si bien es necesario tener presente siempre el carácter de clase del Estado capitalista, es necesario identificar el carácter de su proyecto político en diferentes situaciones y coyunturas. Dicho proyecto expresa las formas concretas en que la burguesía ejerce su dominación a través de su aparato de dominación; pero tales formas de dominación no son siempre las mismas. De esta forma es posible darse cuenta de que el funcionamiento de los medios de difusión colectiva va presentando diferentes características según sea la correlación de fuerzas que se exprese al interior del aparato de Estado determinando las peculiaridades del proyecto político impulsado por la instancia estatal.

Puede tomarse el ejemplo de cualquier país y se observará -- cómo los momentos que corresponden a un ascenso de las luchas revolucionarias que logra influir en determinada medida en el proyecto político del Estado, tienen repercusión directa en el funcionamiento y la orientación política de los medios masivos, los cuales tienden a admitir cierto pluralismo, etc. Por el contrario, aquellos momentos en que las fuerzas revolucionarias son derrotadas, incluso militarmente, y el aparato de estado es contro-

lado por las fracciones más reaccionarias de la burguesía (generalmente situaciones de dictadura), los medios adquieren un carácter tan represivo como el aparato militar.

Por lo tanto, es preciso analizar en cada periodo histórico en el que se estudie la situación y el funcionamiento de los medios masivos; cuál es la composición del bloque dominante en la sociedad y cuál específicamente la del bloque gobernante, es decir, analizar qué clases y/o fracciones de clase ejercen la hegemonía en la sociedad, pero también cuáles de ellas controlan directamente el aparato de Estado y en consecuencia no sólo dominan sino también gobiernan; cuál es el peso específico de cada una de ellas en la determinación de los proyectos estatales; cuál es el papel específico que desarrollan los medios masivos dentro de ese proyecto y qué fuerzas y de qué manera intervienen en la determinación de las políticas del Estado respecto a la difusión colectiva y los medios que la hacen posible, especialmente en lo referente a legislación, administración, producción de mensajes y, por supuesto, en los casos en que exista una radiodifusión comercial, la política del Estado respecto a quienes poseen las concesiones para usufructuar esos canales de información.

Lo anterior resulta necesario, pues resulta frecuente escuchar posiciones políticas según las cuales parecería que el Estado podría adoptar ("si su personal tuviera en cuenta la importancia de los medios masivos como modeladores de la conducta colectiva") - una política nacionalista y democrática de manera casi voluntaria. Respecto a esto cabe recordar que la adopción de una política democrática en materia de difusión colectiva por parte de un Estado,

no la deciden las burocracias gobernantes por una decisión de tipo voluntarista, sino que tal política, cuando ha ocurrido en los países capitalistas, ha sido impuesta por la lucha de las fuerzas democráticas y revolucionarias e implica un determinado grado de influencia de éstas en las decisiones del Estado. La adopción de una política de características democráticas y pluralistas por parte de un Estado capitalista implica: 1) que las fuerzas revolucionarias poseen ya la madurez política necesaria para elaborar una táctica adecuada para influir en la orientación política del sistema de grandes medios de difusión colectiva; 2) que influyen ya, o empiezan a hacerlo en mayor o menor medida, en las decisiones políticas del Estado.

Ahora bien ¿cuál es el papel específico de los medios de difusión colectiva en el proyecto político del Estado Capitalista? A este problema volveremos más adelante. Por ahora pasemos al último inciso de este apartado.

e) La influencia que el imperialismo ejerce sobre los sistemas de difusión colectiva en los países capitalistas atrasados.

Para los países imperialistas -especialmente para el imperialismo estadounidense- ejercer influencia y eventualmente control sobre los sistemas de difusión masiva del mayor número posible de naciones, ha sido siempre una preocupación central. Ello por la importancia estratégica (económica y política) de estos medios. En efecto, debido a su papel en el proceso de reproducción ampliada del capital social, los medios de difusión colectiva comenzaron a tener, ya desde la segunda década de este siglo, un lugar -

tan importante como las carreteras o las vías ferroviarias. Además, por su capacidad de hacer llegar ideas a millones de personas, se convirtieron en un poderoso instrumento para ejercer influencia ideológica en las áreas hacia donde los países imperialistas dirigían su mira. Por ello, si ya entre 1880 y 1920, gran parte del capital imperialista se dirigía al petróleo, la minería, los ferrocarriles, etc., otra parte considerable se dirigió a las comunicaciones eléctricas, especialmente telégrafos y teléfonos - (en latinoamérica esta actividad era controlada por empresas suecas, alemanas y estadounidenses) y desde los años veinte de este siglo, se dirigió a la radiodifusión. Para el imperialismo, ésta representaba una posibilidad de expandir su influencia ideológica - lo cual sería mostrado con los programas de radio, que países como Alemania, Gran Bretaña y Estados Unidos transmitían por "onda corta" a través de las cadenas radiofónicas de sus países aliados durante la Segunda Guerra Mundial y en general hasta nuestros días-, pero también, en especial para Estados Unidos, representaba la posibilidad de exportar capitales, principalmente hacia los países atrasados, tanto a través de inversiones directas para la explotación comercial de la radiodifusión en los países donde fuera posible, como a través de la venta de equipos transmisores y receptores de radio, refacciones y en general equipo técnico para las estaciones de radio. Además, los medios de difusión colectiva serían también un instrumento de suma importancia para promover y mantener en aumento constante, a través de la publicidad, la expansión de la producción de mercancías de las empresas exportadoras y propiciar su rápida realización. De aquí que en los países

cuyo sistema de difusión colectiva tuvo desde su origen la influencia del imperialismo, las fuerzas políticas que pugnaban por dar una orientación comercial a los medios de difusión, tuvieron en aquél uno de sus mejores aliados. Y no cabe duda que éste ha jugado un papel fundamental, tanto en el desarrollo cuantitativo de los medios como en su orientación político-ideológica. Por eso en el estudio de la relación imperialismo -medios de difusión colectiva resulta fundamental observar: el peso del capital imperialista dentro del capital inicial con el que se iniciaron los medios de difusión colectiva y sus formas concretas de participación, así como la forma en que la participación del capital imperialista va evolucionando; la actitud de los propietarios y concesionarios nacionales de los medios ante la presencia de la inversión imperialista o la posibilidad de ella en este campo; la política del Estado en relación a ésta, vinculándola a su política general respecto a los medios masivos; las coincidencias del proyecto imperialista con diversas fuerzas políticas, tanto al interior del aparato de Estado como fuera de él; el grado de fortaleza política alcanzado por las fuerzas antimperialistas, su capacidad para oponerse al proyecto imperialista, su influencia en las decisiones del Estado, etc. La forma en que se combinan estos factores en un país determinado y en diferentes periodos históricos, hace del problema de la relación imperialismo -medios de difusión colectiva- algo sumamente complejo. En consecuencia, es necesario rechazar, a mi juicio, la aplicación de ciertas fórmulas de corte dependentista, que identificando a los países llamados subdesarrollados, como instancias "periféricas" de la metrópoli, in-

sisten en definir a los medios de difusión de los países capitalistas atrasados en donde existe un sistema de, por ejemplo, radiodifusión comercial, como meras extensiones de las grandes cadenas radiofónicas estadounidenses. Así se afirma, otro ejemplo, para ilustrar el caso del inicio de la radiodifusión en México, - que el "modelo comercial" estadounidense fue "adoptado" o "importado" o "impuesto", eludiendo con ello el análisis del complejo juego de fuerzas políticas y de proyectos que dio lugar en nuestro país a la preponderancia de la radiodifusión comercial. El análisis histórico muestra en cambio que, en el campo de la radiodifusión, si bien la presencia del imperialismo ha sido constante, ha enfrentado en muchos momentos las limitaciones impuestas por acciones emanadas por aquellas fracciones de las burguesías nacionales que aspiran a controlar los medios masivos y por parte de los propios gobiernos de los Estados que han actuado así, buscando -- consolidar su autonomía. Estas limitaciones al imperialismo, que no tienen un carácter anticapitalista, sino que por el contrario han buscado asegurar el desarrollo del capitalismo en esos países de manera lo más autónoma posible, permiten observar que el desarrollo de la radiodifusión en los países capitalistas atrasados -- no obedece a simples imposiciones imperialistas, sino que las burguesías nacionales y los gobiernos pueden adoptar la posición de reclamar para sí el derecho de dirigir la economía del país, sin descartar la alianza y el apoyo del imperialismo. Así, resulta -- claro que aunque en un país, el imperialismo no pueda controlar -- de manera directa los medios de difusión colectiva, queda, de -- cualquier manera, en posibilidad de ejercer influencia en ellos a

través de la venta de equipos, de venta de refacciones, de venta de programas, de venta de sistemas de publicidad, etc.

Hasta aquí se han enunciado algunos elementos importantes para el análisis del desarrollo político de los medios de difusión colectiva y se ha explicado brevemente la razón de su utilidad. Estos elementos pueden combinarse de diversas formas, a través de diferentes periodos históricos de acuerdo a las características de cada país, dando lugar a sistemas de medios de difusión colectiva con características peculiares, aunque esos países tengan la característica común de ser capitalistas. De esta forma, como veremos más adelante, en un país capitalista puede existir un ascenso en las luchas populares que origine transformaciones democráticas (hasta donde es posible hablar de democracia en el capitalismo) - en el sistema de medios de difusión colectiva y en otro las fuerzas democráticas y revolucionarias pueden haber sido derrotadas - momentáneamente produciéndose un control de los medios por parte de las fuerzas oligárquicas, sin posibilidad alguna de expresión para aquellas.

En el siguiente apartado se intentará analizar cuál es la -- relación de los medios de difusión colectiva con los proyectos de las clases sociales y del Estado.

2) Los Medios de Difusión Colectiva en los Proyectos de las Clases Sociales y del Estado en la Sociedad Capitalista.

Es posible afirmar que para que una clase social logre realizar su proyecto histórico debe ser capaz:

1) De desarrollar: a) una concepción científica de la sociedad que le permita entender los fenómenos sociales y, por lo tanto, las características y determinaciones de su existencia como clase; b) una ideología que exprese sus intereses y aspiraciones y guíe y justifique su comportamiento político;³ y c) de formular un proyecto político coherente con esos intereses y esas aspiraciones. Para realizar todo esto, la clase debe producir y reproducir un conjunto de intelectuales y cuadros dirigentes capaces de interpretar los fenómenos sociales y políticos y dar a esa interpretación una forma teórica y política que sea útil al proyecto de la clase y en buena medida lo guíe.⁴

2) De crear sus propias organizaciones de clase, no sólo para defender sus intereses económicos y gremiales, sino para luchar por sus intereses históricos. Debe ser capaz de crear una organización política que puede plantearse y resolver con éxito el problema de la conquista del poder. El partido político es la organización política por excelencia de una clase; es la instancia que organiza y unifica a los miembros de una clase y los guía en su lucha política, es decir, en su lucha por el poder del Estado. El partido es el intelectual colectivo de la clase⁵. La existencia del partido es una condición indispensable para que el proyecto político de una clase progrese y ésta pueda hacer triunfar su proyecto histórico de sociedad, pues es sólo mediante el poder del Esta-

do que la clase puede constituirse y mantenerse como dominante y proponer su proyecto como defensor de los intereses de los sectores mayoritarios de la sociedad.⁶ Sin embargo, la correspondencia del proyecto de una clase con los intereses mayoritarios de la población depende, en primer lugar, de cuál sea esa clase social (si es revolucionaria o no) y, en ciertos casos, de la fase histórica por la que atraviere su dominación.⁷

3) De "irradiar" a toda la sociedad su ideología e influir a través de formas de difusión masiva, especialmente propagandísticas, culturales y educativas, con el fin de obtener consenso para sus proyectos. Estas formas de difusión masiva dependiendo del carácter -revolucionario o conservador- de la clase y de las peculiaridades de la estrategia y la táctica políticas desarrolladas por las organizaciones clasistas, pueden tener un carácter movilizador o desmovilizador.⁸

Es en este último punto, en el que los medios de difusión colectiva tienen una relación más directa con los proyectos de las clases sociales. Las razones son claras: hoy resulta evidente que ningún proyecto social puede instituirse y desarrollarse y ningún proyecto político puede avanzar si la clase que los impulsa no posee medios de difusión masiva suficientes para impulsarlos y un plan bien elaborado de cómo utilizar esos medios. Esta es una condición indispensable tanto para difundir al conjunto de la sociedad sus concepciones ideológicas y sus posiciones políticas como para cohesionar y organizar a los miembros de la propia clase y sus aliados. Asimismo lo es para combatir a través de los medios las posiciones políticas de las fuerzas antagónicas.

Por supuesto, las posibilidades que tienen las clases sociales para utilizar los medios masivos en la sociedad capitalista no son iguales; más aún, la utilidad que éstos tienen para cada clase es también distinta. Todo esto depende, es obvio, del lugar (explotadoras-dominantes o explotadas-dominadas) que mantengan en la estructura social. Dicha posición define el tipo de relación de las clases con los medios de difusión colectiva.

Así, como es bien sabido, la clase que tiene la capacidad, -- por su posición dominante, de organizar la producción de acuerdo a sus intereses y mantiene la dirección ideológica y cultural de la sociedad, así como el poder del Estado, estará en posibilidad de utilizar con plenitud el sistema de difusión colectiva en su beneficio. Por el contrario, las clases dominadas deberán crear un -- sistema de difusión propio alternativo al preponderante⁹ y bajo -- ciertas circunstancias históricas, de acuerdo principalmente a las variaciones que se produzcan a su favor en la correlación de fuerzas con respecto a las clases dominantes y al grado de influencia que logren tener en las decisiones del Estado, podrán exigir una -- participación efectiva dentro del sistema de difusión masiva preponderante, aunque esa participación tenderá siempre a ser minoritaria y llena de obstáculos.

Ahora bien, como ya se apuntó, la utilidad que los medios masivos tienen para las clases en el capitalismo y su significado dentro de los proyectos de ellas, son también distintos. Para la burguesía, los medios de difusión colectiva tienen una doble importancia: económica y política-ideológica. En el capitalismo, especialmente en los países donde los medios masivos tienen un carácter -

comercial, los medios masivos constituyen hoy elementos decisivos para la acumulación capitalista -como se expondrá en seguida-, y para el sostenimiento de la hegemonía burguesa; políticamente, los medios tienen en lo general (aunque no se descarta que en ciertas coyunturas puedan tener la función contraria) una función desmovilizadora en la medida en que a las clases conservadoras si algo -- les resulta perjudicial es la movilización popular.

Para el proletariado, en cambio, la utilización de los medios de difusión colectiva dentro del capitalismo, tiene un sentido eminentemente político, pero al contrario de la utilización que en este ámbito les da la burguesía, la clase obrera les asigna un papel subversivo, movilizador, en la medida en que los utiliza para combatir políticamente al capitalismo y, al mismo tiempo, para propagandizar sus proyectos y presentar dentro de la sociedad civil una lucha ideológica dirigida a debilitar el consenso que la burguesía ha logrado. La función económica de los medios, tan importante para la burguesía, escapa de hecho a los intereses del proletariado dentro del capitalismo.

a) La función económica de los medios de difusión colectiva en el capitalismo.

En efecto, como ya lo mencioné, para la burguesía los medios de difusión colectiva y en general los medios de comunicación e información tienen una importancia no sólo política-ideológica, sino económica.

Como es bien sabido, la producción capitalista no es simple--mente producción de bienes materiales, sino, ante todo, producción de mercancías, lo cual implica que el capitalista produce fundamen

talmente para el mercado, es decir, para realizar el plusvalor con tenido en las mercancías. El capitalista, pues, debe establecer formas de difusión masiva para mejorar y extender la distribución de las mercancías y para acelerar la circulación de las mismas. -- Esto, como veremos más adelante, es de vital importancia para la permanente reproducción del sistema. Pero no es sólo la esfera de la distribución la que debe analizarse al estudiar la importancia de los medios de difusión colectiva y de las formas de comunicación e información en general; es igualmente importante analizar el proceso de producción mismo.

En efecto, si se considera que el trabajo humano es una actividad eminentemente social en la medida en que la producción de la riqueza material es una tarea colectiva que implica una división social y técnica del trabajo, pero al mismo tiempo un contacto permanente entre las diversas ramas de la producción y entre los diferentes individuos que forman parte de un mismo proceso de trabajo, se entenderá la importancia de los sistemas de comunicación y de información en estos procesos. En la medida en que en un mismo -- proceso de trabajo existan sistemas que permitan que los departa-- mentos de una misma fábrica o empresa estén comunicados entre sí y los trabajadores de las mismas lo estén también entre sí, la productividad del trabajo puede incrementarse sensiblemente.¹⁰ Asimismo, los sistemas de comunicación y de información sirven para estimu-- lar la pertenencia y el "afecto" de los trabajadores a la empresa a través de dispositivos como periódicos de circulación interna -- (los llamados "house organ"), programas de "relaciones públicas internas", etc., con lo cual tiende a mejorar la eficiencia en el --

trabajo.¹¹

A través de todo lo anterior, los niveles de producción, así como la productividad del trabajo reciben un fuerte impulso para su elevación.

Ahora bien, cuales son los principales efectos que dentro de la estructura económica tienen los medios de difusión colectiva y en general los medios de comunicación y de información, aplicados a los fines antes mencionados.

Un primer efecto se refiere al acortamiento del ciclo de rotación del capital, es decir, a la reducción entre el tiempo comprendido entre el momento en que el capitalista desembolsa el capital y el tiempo en que lo recupera, incrementado por el plusvalor realizado. Esto es posible porque el capitalista, como apunte antes, puede, mediante un sistema eficiente de comunicación e información, contribuir a que se acelere el proceso de producción y a elevar la capacidad productiva del trabajo. Pero no sólo eso, sino que en la medida en que utilice formas de difusión masiva podrá contribuir a acelerar la segunda parte del ciclo de rotación del capital: el ciclo de circulación, es decir, el periodo en el cual el capital industrial atraviesa sus tres fases; pasa de la forma dinero a la mercantil y de la mercantil a la dineraria (incrementada).

De ahí que el capital impulse la creación de sistemas de transporte suficientes para lanzar al mercado grandes volúmenes de mercancías y la creación de sistemas de difusión masiva, especialmente de tipo publicitario, para estimular a la población a dirigir su ingreso (salario o renta), a un consumo cada vez más cuantioso y complejo.

Para la burguesía acortar el ciclo de circulación del capital tiene una importancia fundamental dentro del proceso de acumulación. Como es bien sabido, las mercancías producidas están "preñadas" de plusvalor. Para obtener el plusvalor contenido en las mercancías es necesario venderlas. De no ser así, las mercancías permanecerían almacenadas y el capitalista no podría recuperar su gasto en capital variable (salarios) y obtener la parte del nuevo valor creado en el proceso de producción de la que se apropia (el plusvalor). Además: "las mercancías son por naturaleza perecederas. En consecuencia, si dentro de cierto plazo no entran en el consumo individual o productivo, según su destino; en otras palabras, si no se venden en determinado lapso, se deterioran y pierden, con su valor de uso, la propiedad de ser portadoras de valor de cambio. Se pierde el valor de capital, o en su caso el plusvalor que le ha crecido, contenido en ellas".¹²

Mientras más rápidamente se efectúe la producción y más rápidamente se realice el plusvalor, el capitalista estará en condiciones de iniciar un nuevo proceso de producción más rápidamente.

Esto incide directamente en la tasa de acumulación, en la tasa de plusvalor y en la tasa de ganancia de los capitalistas. En la tasa de acumulación porque el capitalista puede realizar la reinversión de una parte del plusvalor (es decir, la capitalización del plusvalor) en espacios de tiempo más breves, lo cual hace aumentar la magnitud del capital en un periodo determinado. Por lo que se refiere a la tasa o cuota de plusvalor, el acortamiento del ciclo de rotación posibilita la obtención de la misma cantidad de plusvalía con menos capital o mayor cantidad con el mismo capital.

Por ejemplo, la reducción del tiempo de circulación limita el capital mercantil y el capital dinerario y permite, con ello, incrementar el capital productivo, es decir, proporciona a los capitalistas la posibilidad de contratar mayor número de obreros sin aumentar el capital.

Además, la aceleración de la rotación de la totalidad del capital desembolsado, implica una aceleración de la rotación del capital variable. De la rapidez con que éste circule dependen la masa anual de plusvalor y también la cuota de plusvalor. Por ejemplo: si un capital es de 4,000 (2,500 capital constante + 1,500 capital variable), con una cuota de plusvalor de 100% y da una sola rotación al año, obtendrá una masa de plusvalor de 1,500 (es decir $1,500 \times 1$). Por el contrario, un capital de la misma magnitud --- (4,000), idéntica composición orgánica (2,500 c. + 1,500v.), e -- igual cuota de plusvalor, pero que da 12 rotaciones al año, obtendrá una masa de plusvalor de 18,000 (es decir, $1,500 \times 12$).

En consecuencia, los dos capitalistas del ejemplo, obtendrán en un año una masa diferente de plusvalor y la cuota anual de plusvalor será también diferente. Esto último será así, pues la cuota anual de plusvalor es la proporción existente entre toda la masa de plusvalor producida en un año y el capital variable desembolsado. Así en el primer capital del ejemplo la cuota anual de plusvalor será de 100% $(\frac{1500}{1500} = 100\%)$ y en el segundo será de 1,200% --- $(\frac{18000}{1500} = 1200\%)$.

Por último, en la medida en que se eleva la cuota anual de -- plusvalor, se eleva también la cuota de ganancia en la misma pro-- porción, pues cuanto mayor sea la cuota de plusvalor, tanto mayor

será la tasa de ganancia, si las condiciones restantes permanecen iguales.

Esta es, pues, la importancia de reducir el tiempo de circulación del capital. Como apuntaba Marx: "...la expansión y contracción del tiempo de circulación actúa como límite negativo sobre el contraerse o expandirse del tiempo de producción o del grado en que un capital dado funciona como capital productivo. Cuanto más exclusivamente ideales sean las metamorfosis de la circulación que sufre el capital, es decir, cuanto más igual a cero se vuelva el tiempo de circulación o cuanto más se aproxime este a cero, tanto más funcionará el capital, tanto más crecerán su productividad y autovalorización".¹³

De aquí también, la importancia de desarrollar medios de difusión masiva y medios de transporte que contribuyan a este fin. Como señalaba también Marx, "en la producción de mercancías la circulación es tan necesaria como la producción misma, y en consecuencia los agentes de la circulación son tan necesarios como los agentes de la producción".¹⁴

Otra importante función económica de los medios de difusión colectiva consiste en su importante papel dentro del proceso de reproducción del capital social. Este papel consiste en que gracias a la actividad publicitaria desarrollada a través de esos medios, el sector II de la producción social (el sector de bienes de consumo) recibe un importante impulso para su expansión, pues dicho sector a diferencia del sector I (el sector de medios de producción) que se expande conforme crecen las necesidades de acumulación y se desarrollan las fuerzas productivas (es decir, las necesida--

des de consumir maquinaria y equipo por parte de las empresas), no tiene dentro de la dinámica de la acumulación una fuerza que lo -- ayude a expandirse.¹⁵ De ahí que sea necesario estimular el desarrollo del sector productor de bienes de consumo a través de la di fusión de anuncios publicitarios que inciten a la población a consumir los productos producidos en ese sector. Esto debe ser así, pues un rezago en la expansión del sector de bienes de consumo, -- tendría consecuencias muy graves en la reproducción ampliada del capital social, Por ejemplo, en caso de no realizarse parte de la producción en el sector de bienes de consumo, a causa de un descenso en el consumo de bienes por parte de la población (mismo que -- tiende a reducirse a causa de la baja de los salarios reales),¹⁶ la capitalización, es decir, la reinversión en ese sector disminuiría dificultando, a su vez, la realización del nuevo valor creado en el sector de bienes de producción, el cual, como se sabe, debe ser cambiado por bienes creados en el sector de bienes de consumo. Al no haber reinversión suficiente en el sector de bienes de consumo, sólo podría intercambiarse una parte de ese nuevo valor del -- sector de bienes de producción, quedando sin realizar una parte -- del valor total producido en ese sector, causando graves problemas de sobreproducción en el mismo y dificultando el proceso de acumulación del capital social.

Ahora bien, es necesario referirse, para terminar este punto, a un importante aspecto en la función económica de los medios de -- difusión colectiva y de diversos medios de comunicación en la sociedad capitalista. Ya describí brevemente la vinculación de estos medios con el conjunto de la estructura económica. Falta, sin

embargo referirse al hecho de que en el capitalismo, bajo ciertas condiciones, los medios de difusión colectiva, los medios de comunicación y los sistemas de transporte pueden ser por sí mismos -- fuentes de acumulación. Es decir, no sólo pueden ser contribuyentes para facilitar la acumulación de capital de diversas empresas y ramas de la producción, sino que ellos mismos pueden constituir empresas rentables.

En efecto, bajo ciertas circunstancias que resultan de la combinación de diversos factores que se han mencionado en el primer apartado de este capítulo, los medios de difusión colectiva, los medios de comunicación en general y los sistemas de transporte, pueden ser empresas capitalistas.

El hecho de que estos medios sean empresas de este tipo no es nuevo. Ya desde el siglo pasado existían, además de empresas transportistas, agencias que mediante ciertas tarifas hacían llegar de un lugar a otro, cartas, telegramas, etc. Las características de estas empresas eran ya analizadas por Marx en El Capital:

"...hay ramos de la industria autónomos en los que el producto del proceso de producción no es un producto objetivo nuevo, no es una mercancía. Entre ellos, la única importante desde el punto de vista económico es la industria de la comunicación, ya sea la industria del transporte propiamente dicha, para mercancías y personas, ya la que sólo transmite despachos, cartas, telegramas, etc."¹⁷

Este planteamiento de Marx, válido hasta nuestro días, merece ser desarrollado para analizar la "industria de la comunicación" que existe hoy y que, obviamente, es mucho más compleja que la del siglo pasado.

En nuestros días forman parte de esta industria no sólo transportes y agencias de correos o telégrafos, sino satélites, radio, televisión, televisión por cable, sistemas de computación, radares, sistemas de espionaje militar e industrial, videoteléfonos, video cassettes, video discos, teléfonos, gran prensa, etc. Las empresas que controlan estos medios han logrado incluso constituir procesos de producción en sentido estricto, es decir, cuyo resultado es "un producto objetivo nuevo", una mercancía. De esta forma, mientras, por ejemplo, la industria del transporte sigue "vendiendo el cambio de ubicación de mercancías y personas" (Marx), desde luego con sistemas mucho más complejos y masivos, pero sin producir valor, sino obteniendo ganancias a través del proceso de distribución del mismo, (es decir, prestando servicios) empresas como las de radio y televisión, por ejemplo, se han constituido en empresas productoras de mercancías, (es decir, productoras de valor), a través de la -- producción de programas grabados, sin dejar de prestar servicios, especialmente de tipo publicitario.¹⁸

Así, las grandes corporaciones que controlan medios de difu--sión colectiva y medios de comunicación en general y que abarcan - en su mayoría más de un tipo de estos medios, están en condiciones de obtener ingresos cuantiosos tanto por la prestación de servicios como por la venta de mercancías. De ahí el interés por expandir - su producción y sus servicios a diversos lugares.

Estas características que han asumido los medios de difusión masiva y en general los medios de comunicación, muestra con claridad su importancia estratégica tanto económica como, incluso, militar. No es extraño, por lo anterior, que para la burguesía los me

dios tengan una gran importancia en su proyecto histórico y en sus proyectos políticos.

b) Los medios de difusión colectiva y el proyecto político del Estado capitalista.

Por Estado entiendo la unidad política integrada: a) por un territorio nacional en donde, b) coexisten un número determinado de habitantes ubicados objetivamente en clases sociales entre las cuales existen un determinado tipo de relaciones económicas, sociales, políticas, (ideológicas, jurídicas), culturales, etc., y c) por un conjunto de instituciones integradas en un gobierno nacional, que tiene a su cargo, a través de un conjunto de aparatos (administrativos, políticos, ideológicos y de coacción), la preservación de la vigencia de esas relaciones dentro del territorio nacional.¹⁹

La cohesión interna de la vida estatal, es decir, la solución de los conflictos, debe ser garantizada a través de un proyecto nacional que defina las formas políticas en que el Estado ha de normar su vida interna y sus relaciones con otros Estados. Tal proyecto, el proyecto político del Estado, debe contar con la aprobación de la mayor parte de la población, pues tal aceptación constituye la mejor garantía de que la aplicación de ese proyecto sea posible. Esto último es una condición indispensable para la vida del Estado, pues de no ser así éste penetraría en una crisis que podría culminar con su destrucción y su sustitución por un Estado de otro tipo.

Ahora bien ¿Cuál o cuáles son las fuerzas que definen el proyecto político del Estado?

Dentro de una formación económico-social, existe un cierto -- tipo de relaciones sociales de producción dominantes que definen no sólo las relaciones económicas entre las clases, sino que son base de sus relaciones políticas e ideológicas, en la medida en que aquellas determinan la existencia de clases explotadoras y explotadas (o la no existencia de ellas) y tales relaciones se dan dentro de una lucha entre las clases con el fin de constituir un orden social acorde a los intereses de cada clase; es decir, la lucha entre las clases (lucha eminentemente política) tiene como causa fundamental la disputa de las clases por lograr a) que las relaciones sociales vigentes sean las adecuadas a los intereses de la clase, b) por ser la fuerza que detente el poder del Estado, es decir, porque el proyecto político del Estado tenga como base fundamental de su contenido los intereses de esa clase y c) por ser la fuerza que determine el funcionamiento del aparato de Estado, es decir, del conjunto de instituciones y aparatos que organizados en un gobierno constituyen la forma específica a través de los cuales una clase administra ese poder.

Lo anterior, implica que al interior de un Estado existe una clase que ocupa un lugar predominante y que el funcionamiento de la vida estatal en todos sus aspectos esta signada por ese predominio. Esto, en otras palabras significa que, en el caso del Estado capitalista, desde los aspectos económicos hasta los políticos, dicho Estado está gobernado fundamentalmente de acuerdo a los intereses de la burguesía, es decir, de acuerdo al proyecto histórico de esa clase. De esta manera, el proyecto político del Estado capitalista, proyecto nacional que es presentado a la población como la

síntesis de los intereses de todos los individuos y todas las clases, refleja en realidad de manera fundamental los intereses específicos de la clase dominante. Dicho proyecto, por lo tanto, puede ser definido como el conjunto de actos políticos a través de los cuales el Estado, presentándose como representante de los intereses de toda la sociedad, trata de preservar las relaciones de producción, la estructura política vigentes y en general las condiciones que posibilitan el predominio de la burguesía.

Ahora bien, para mantenerse como clase dominante y hegemónica, la burguesía requiere, de manera fundamental que su ideología sea aceptada por la sociedad como válida para toda ella. Esto sólo puede hacerlo a través del Estado, pues éste, como hemos visto, es la única instancia capaz de presentar un proyecto como válido para toda la sociedad.²⁰

La intermediación del Estado burgués en la lucha de clases es fundamental, pues, al aparecer como garante de los intereses colectivos, puede recurrir a un conjunto de mediaciones que facilitan la dominación y la hegemonía de la burguesía. Estas mediaciones tienen la función de conciliar en el plano de la ideología las contradicciones en realidad irreconciliables en el plano de la economía y de la lucha de clases.²¹ Los recursos de mediación del Estado operan a través de un conjunto de instituciones económicas, políticas, culturales, etc., creadas por el Estado con el fin de conciliar las contradicciones en los diferentes ámbitos de la vida social y posibilitar el avance del proyecto del Estado.

El hecho de que el Estado capitalista sea dirigido generalmente no directamente por la burguesía, sino por un personal estatal,

por una burocracia política, ubicada en apariencia al margen de -- los conflictos entre las clases, posibilita que la lucha de clases pueda ser, en parte, atenuada y permite igualmente una mejor difusión de la ideología dominante, pues al no estar la burocracia política, en apariencia, comprometida con los intereses de ninguna clase, sus opiniones, aseveraciones, sus juicios y en general sus actos políticos aparecerán como ajenos a los proyectos específicos de las clases. Así, la burocracia podrá hablar, por ejemplo, de la necesidad de defender la propiedad privada, de impulsar a la "iniciativa privada", de la "función social de la empresa privada como creadora de fuentes de trabajo", de la necesidad de "conciliar los intereses del capital y el trabajo", sin que vastos sectores de la población vean en ello la defensa de los intereses de la burguesía.

Ahora bien, ¿a través de qué medios el Estado capitalista di funde la ideología burguesa?

El estudio de este fenómeno es esencial, puesto que a través de la transmisión de la ideología postulada por el Estado y de la aceptación que esta tenga en la sociedad civil depende, en gran medida, un fenómeno fundamental para la preservación del Estado: la legitimidad, es decir, el consenso, la aceptación de la política estatal.

En la medida en que la ideología es "una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida intelectual y colectiva",²² la influencia del Estado debe abarcar todas las instancias de la sociedad civil, campo donde se desarrolla

y reproduce la ideología. Ello debe ser así, porque, además de -- abarcar el campo de la sociedad civil en su conjunto, la ideología postulada por el Estado debe ser difundida entre toda la población, pues la aceptación de tal ideología por la mayor parte de la sociedad es la única manera en que, como ya se indicó, puede mantenerse la cohesión de la vida estatal.

La ideología postulada por el Estado se difunde a través de - una compleja "estructura ideológica" que incluye a todas aquellas organizaciones e instituciones que controladas por el Estado e incluso por organismos privados tienen capacidad de difusión e influencia en la sociedad civil. Entre ellos, por supuesto, destacan - los medios de difusión colectiva.

Esto último, implica la afirmación de que en la sociedad capitalista el sistema de difusión masiva preponderante expresa de manera fundamental la ideología burguesa. Esto es rigurosamente -- cierto, sin embargo ello no ocurre de manera mecánica. A pesar de que es posible afirmar que la ideología postulada por el Estado capitalista es una forma específica de la ideología burguesa, no son iguales generalmente, las características que asumen los mensajes emitidos por el Estado a través de los medios masivos que los emitidos directamente por la burguesía en general y por cada una de - sus fracciones. El contenido de los mensajes de la burguesía -y específicamente por la gran burguesía- tiende a ser mucho más directo y violento en la defensa de los intereses de la clase capitalista. Estos mensajes suelen convertirse, si la coyuntura así lo exige, en auténticos instrumentos de lucha política para la burguesía. Los mensajes del Estado, en cambio tienen otro matiz. El Es

tado capitalista, al presentarse como "representante de los intereses generales de todas las clases" no puede actuar de igual manera. En la medida en que la difusión masiva de sus mensajes es uno de sus principales recursos de mediación, el Estado requiere incluso, en ciertas coyunturas y situaciones, de incorporar a su discurso - emitido a través de los medios masivos, algunas de las expresiones políticas o culturales de las clases dominadas e incluso de permitir una participación limitada y controlada de partidos y corrientes revolucionarias a través de los medios.²³ Esto último, sin embargo, no depende únicamente de la voluntad del personal estatal, tiene una causa objetiva. Si bien la participación en los medios de las fuerzas que se oponen al proyecto estatal, es en cierta medida un intento del Estado por conciliar las contradicciones, es también una muestra del ascenso de la lucha de las fuerzas de oposición y de un aumento de su capacidad política. A este problema me referiré en el siguiente y último apartado del capítulo.

3) El Comportamiento de los Medios de Difusión Colectiva en Diferentes Coyunturas y Situaciones Políticas.

En efecto, como ya se afirmó antes, el "comportamiento" de los medios de difusión no es estático o siempre igual. Varía de acuerdo a la forma específica en que se combinan en un lugar y en un tiempo los factores que se mencionaron en el primer apartado de este capítulo. En este último apartado, me referiré al comportamiento de los medios en tres coyunturas específicas: a) los momentos en que las fuerzas democráticas y revolucionarias luchan por abrir una situación democrática y de respeto a las libertades polí

ticas; b) en las crisis de hegemonía; c) la salida de la crisis.

- a) La lucha de las fuerzas democráticas y revolucionarias por abrir una situación democrática y de respeto a las libertades políticas y el comportamiento de los medios de difusión colectiva.

Esta lucha ocupa un lugar muy importante dentro de la táctica y la estrategia políticas de las fuerzas progresistas. Esta situación puede caracterizarse como aquél momento en el cual estas fuerzas luchan por lograr condiciones políticas que les permitan actuar con mayor libertad para disputar en el terreno de la sociedad civil la hegemonía a la burguesía y para defender e impulsar el proyecto socialista ante -e incluso en- el Estado. Para el proletariado y sus organizaciones, las libertades políticas, es decir, la situación democrática significa "gozar de posiciones más avanzadas para mantener sus conquistas e impulsarlas hacia adelante; se hallará - en condiciones más favorables para desarrollar en la democracia la lucha por el socialismo".²⁴ Efectivamente, la lucha por la democracia significa, además de un avance en la lucha por el socialismo, una forma de educación para las masas en la medida en que en la lucha por la democracia aprenden la necesidad del socialismo y se preparan en la lucha por la democracia para la lucha por el socialismo. Al respecto es muy conocida la siguiente afirmación de Lenin:

"Los marxistas (...) saben que la democracia no suprime la -- opresión de clase, sino que hace la lucha de clases más pura, más amplia, más abierta, más nítida, que es, precisamente lo que necesitamos (...) Cuanto más democrático sea el régimen

político, tanto más claro será para los obreros que la raíz - del mal es el capitalismo y no la falta de derechos. Toda - 'democracia' consiste en proclamar y realizar 'derechos', cuya realización en el capitalismo es muy escasa y muy convencio--nal; pero sin esa proclamación, sin la lucha por la concesión inmediata de los derechos, sin la educación de las masas en - el espíritu de tal lucha, el socialismo es imposible.

El socialismo es imposible sin la democracia en dos sentidos: 1) el proletariado no puede llevar a cabo la revolución socia lista si no se prepara para ella a través de la lucha por la democracia; 2) el socialismo triunfante no puede afianzar su victoria y llevar a la humanidad a la desaparición del Estado sin realizar la democracia completa".²⁵

Sin embargo, es claro que la situación democrática en el capi talismo tiene límites muy precisos. Por un lado está la capacidad de las fuerzas democráticas y revolucionarias para impulsarla y de fenderla; por otro la de las fuerzas conservadoras que se oponen a ella o que, en el mejor de los casos, se ven obligados a aceptarla, aunque tratando de reducirla a los marcos más estrechos posibles, puesto que "la burguesía, para reproducir la explotación capitalis ta y para prevalecer, debe ceder un grado determinado de liberta--des políticas".²⁶

Esto nos conduce a la consideración del papel que juega el Es tado capitalista en este proceso. Resulta claro que la "aceptación" de las fuerzas revolucionarias dentro incluso de las instituciones estatales que generalmente se produce en las situaciones democráti cas constituye parte de los recursos de mediación del Estado para "conciliar" las contradicciones en realidad irreconciliables de las clases antagónicas. No obstante, es preciso recordar que la situa

ción democrática es también resultado de la exigencia de las fuerzas progresistas.

La lucha por la situación democrática y las libertades políticas se revela así, no como un acto unilateral, sino como un fenómeno que surge directamente de la ^{relación} dialéctica de los proyectos políticos de las clases sociales fundamentales y de la expresión de esta relación en las decisiones políticas del Estado.

La lucha por la democracia lleva a las fuerzas revolucionarias a participar, incluso en las instituciones del Estado burgués, especialmente en el parlamento.²⁷ Este tipo de lucha significa para las fuerzas revolucionarias, la posibilidad de denunciar, llegado el caso, lo antidemocrático de esas instituciones, de hacer claridad en las masas, de que esas instituciones y en general la organización estatal burguesa no es capaz de satisfacer las necesidades de los trabajadores; pero también tiene la utilidad política de influir en las decisiones estatales, oponiéndose a que éstas sean impulsadas exclusivamente por la burguesía y sus representantes en el gobierno (promulgación de leyes, procedimientos de elección, decisiones de organización estatal, etc.). Refiriéndose a este punto Lenin afirmaba:

"¿Qué quiere decir que la lucha obrera es una lucha política? Quiere decir que la clase obrera no puede luchar por su emancipación si no logra ejercer alguna influencia sobre los asuntos de Estado, sobre la dirección del Estado, sobre la promulgación de leyes".²⁸

Por supuesto, esto no implica que la lucha de las fuerzas revolucionarias deba reducirse a la participación en las instituciones del Estado capitalista. De ninguna manera. La estrategia y -

la táctica de las fuerzas revolucionarias son mucho más amplias que eso. La lucha fundamental de estas fuerzas debe ser siempre en función del movimiento de masas. En realidad la lucha en el parlamento, etc., es sólo un complemento de aquella. Pero se debe realizar la lucha no sólo "por abajo" (con las masas), sino también -- "por arriba" (defendiendo los intereses de las masas en las instituciones del Estado burgués). Es decir, hay que actuar "por abajo" siempre, "por arriba" cuando sea posible.

Ahora bien, ¿cómo se expresa en el campo de difusión colectiva esta lucha por la situación democrática y las libertades políticas?.

Es posible afirmar que para las fuerzas democráticas y revolucionarias, un objetivo a lograr en esta lucha es conseguir la democratización de los medios de difusión colectiva. Esto implica: - a) que la propiedad de los medios masivos no se halle concentrada o en manos de la burguesía o controlada por el Estado, es decir, - implica a la pluralización efectiva de los emisores, que las diversas organizaciones políticas, sociales, profesionales, educativas, etc., posean medios de difusión; b) que los contenidos emitidos a través de los medios sean también plurales, es decir que todas las corrientes del pensamiento político, científico y social tengan posibilidad efectiva de expresarse a través de los medios; c) que la determinación de la forma en que ha de funcionar el sistema de difusión colectiva sea decidida por la gama más amplia posible de -- fuerzas representativas de la sociedad.

Tal lucha, asimismo, implica la exigencia del respeto a las formas de difusión como los mítines, las manifestaciones, etc.

Para las fuerzas democráticas y revolucionarias la situación democrática y las libertades políticas son necesarias, pues al permitir que la "lucha de clases sea más pura, más amplia, más nítida" (Lenin), permite que estas fuerzas logren presentar sus proyectos en condiciones más abiertas y con mayor posibilidad de llegar a -- las masas, reduciendo considerablemente (aunque sin desaparecerlas) los riesgos de la represión y la persecución. Al mismo tiempo, es ta situación permite a dichas fuerzas presentar públicamente sus - proyectos como una alternativa distinta y superior y confrontarlo también públicamente con las otras fuerzas. De ahí que quienes -- con mayor vigor impulsan y exigen la libertad de expresión, la exi gencia al Estado de que mantenga una información constante y deta- llada de sus políticas y el debate amplio, riguroso y libre de -- las diversas concepciones y proyecto políticos, sean precisamente las fuerzas democráticas y revolucionarias y quienes se oponen con gran fuerza a ello sean justamente las fuerzas reaccionarias y con servadoras, a quienes la situación democrática y las libertades po líticas perjudican como a nadie.

Como ya acoté antes, esta lucha tiene límites diversos, venta jas y desventajas para las diferentes fuerzas en la medida en que es un fenómeno complejo y contradictorio. Sin embargo, lo que me interesa destacar aquí es la forma en que la lucha por la situa--- ción democrática y las libertades políticas influye en la organiza ción del sistema de medios de difusión colectiva. La experiencia de países capitalistas avanzados que cuentan con organizaciones re volucionarias poderosas, muestra que aun cuando la función funda-- mental de los medios de difusión colectiva más poderosos sigue ---

siendo la determinada por los requerimientos de la reproducción -- capitalista, las fuerzas democráticas y revolucionarias han conquistado grandes avances llegando incluso a crear medios de información de gran importancia (especialmente periódicos, incluso tan importantes como la gran prensa burguesa). Esta es una diferencia sustancial con respecto a los países en los cuales las fuerzas democráticas y revolucionarias son aún débiles y en donde, en consecuencia, los grandes medios masivos son utilizados en forma casi exclusiva por la burguesía y el Estado, prácticamente sin ninguna influencia de aquellas fuerzas. Esta situación, en general, es acompañada de un escaso desarrollo de los medios alternativos de esas mismas fuerzas.

b) La crisis de hegemonía y los medios de difusión colectiva.

Un aspecto importante en el estudio del desarrollo político de los medios de difusión colectiva, es el análisis de cual es su comportamiento cuando el sistema se halla en crisis.

Las situaciones de crisis orgánica, es decir, las situaciones en que el dominio y la hegemonía de la burguesía están en crisis, se caracterizan: 1) por una crisis generalmente mundial del capitalismo en el nivel de estructura (agudización de la contradicción entre desarrollo de las fuerzas productivas y relaciones de producción, crisis de sobreproducción, etc.); 2) por una crisis en el nivel de la superestructura que afecta la dirección ideológica y cultural de la burguesía sobre el conjunto de la sociedad civil -- (las fuerzas democráticas y revolucionarias han logrado un avance significativo en la sociedad civil llegando al grado de disputar la dirección ideológica y cultural a la burguesía); y 3) por la ex

presión de esta crisis en los órganos del poder político que se manifiesta en el hecho de que el Estado pierde consenso, es decir, - existe una "crisis de autoridad".

Se trata, pues, de una crisis "del Estado en su conjunto" -- (Gramsci), es decir, sociedad política + sociedad civil, crisis en la cual no sólo está en juego la hegemonía de la burguesía, sino - su dominación política, su capacidad de dirigir el Estado para ejercerla. Se trata, así, de una crisis de lo que Gramsci llama "bloque histórico".

En tales condiciones, es claro que la situación de los medios de difusión colectiva es sustancialmente distinta en relación a -- los periodos en que la clase dominante ejerce su hegemonía sin crisis. Es precisamente en estos momentos cuando el carácter clasista de los contenidos y de la función política de los medios se percibe con mayor claridad. Si en los momentos en que el Estado burgués basa su dominación en gran medida en el consenso, su estructura mediadora le permite aceptar en el aparato preponderante de difusión colectiva algunas manifestaciones políticas, ideológicas y culturales de las clases dominadas, en los momentos de crisis se produce generalmente una radicalización del personal estatal y de las fracciones burguesas hegemónicas (especialmente las que integran el bloque gobernante), situación en la cual el contenido de los medios es refuncionalizado para servir a la tarea de mantener el control de la situación y no permitir que la crisis se resuelva con la destrucción del sistema y su sustitución por otro. Así, en estas situaciones de crisis es posible observar como los grandes - medios de difusión colectiva difunden un tipo de mensajes dirigido

a lograr el desprestigio político de las fuerzas progresistas (campanas anticomunistas, propagandización de infundios y mentiras, etc), y a justificar las acciones propias. Se trata, pues, de una situación en la que al estar en crisis la dirección ideológica de la burguesía, ésta recurre incluso, para no perder por completo esa dirección, a explotar políticamente el conjunto de actitudes, ideas y sentimientos más atrasados que subyacen en la sicología de las clases dominadas. De esta forma los prejuicios religiosos, las actitudes individualistas, etc., que subyacen en la sicología de los sectores más atrasados y despolitizados de la población son aprovechados por la propaganda del bloque gobernante para influir en esos sectores.

Ahora bien, es preciso tener en cuenta, al analizar el carácter que asumen los medios masivos en las situaciones de crisis orgánica, el comportamiento específico de las fracciones burguesas - que aun siendo parte del bloque dominante no lo son del bloque gobernante. Esto es importante, pues dichas fracciones, al igual -- que pueden formar frente común con las fracciones del bloque gobernante, también pueden mantener una posición diferente a ellas y -- tratar de que la crisis, si bien no se resuelva mediante la destrucción y sustitución del "bloque histórico" (por lo cual lucharán ¹⁾ decididamente), tampoco se resuelva en condiciones tales en que esas fracciones queden fuera de la dirección del Estado. Es decir, estas fracciones tratarán de ingresar al bloque gobernante.

La actitud política de estas fracciones da origen a situaciones peculiares en el funcionamiento de los medios de difusión propiedad de la burguesía; situaciones en las cuales puede darse el -

caso de que las fracciones de la burguesía que no son parte del -- bloque gobernante no compartan el proyecto del gobierno e incluso lo impugnen a través de los medios de difusión que posean esas -- fracciones. En tales condiciones, el contenido de los medios de - difusión se hace más complejo e incluso puede expresar distintos - tipos de alianzas entre diversas clases, fracciones y grupos. Por ejemplo, los medios de difusión propiedad de las fracciones burguesas no gobernantes pueden apoyar algunas de las demandas de las - fuerzas revolucionarias que no impliquen transformaciones radica-- les. Situaciones como estas ocurren generalmente cuando en un Es-- tado prevalece un gobierno dictatorial-oligárquico.

Pero, por supuesto, no son estos los únicos medios de difusión que intervienen en la lucha política durante las situaciones de crisis orgánica. Al contrario, es justamente en estas situaciones -- cuando los medios alternativos, es decir, los medios propios de las clases dominadas alcanzan un extraordinario nivel de difusión ideológica a pesar de las restricciones y las limitaciones con que operan. Esto es normal si se considera que para llegar a la situación de crisis han debido ocurrir una serie de transformaciones cuanti-- tativas y cualitativas en la estructura económica y en las superestructuras en las cuales la acción de las fuerzas revolucionarias - siempre ha influido. Significa que estas fuerzas han logrado desarollar formas de difusión masiva y de comunicación e información en general, de tal manera eficientes que son capaces de influir en la sociedad en condiciones incluso semejantes a las de la burgue-- sía y el Estado. Dichas formas pueden ser de lo más variado y complejo y van desde las hojas volantes, los panfletos, la prensa, la

propaganda masiva en las paredes, hasta mítines y las marchas extraordinariamente numerosas. Y cuando estas fuerzas han logrado generar formas superiores de lucha como la insurrección, es decir, ~~la~~ lucha armada orgánicamente ligada al movimiento de masas, es posible llegar a formas de gran complejidad técnica, como la puesta en función de radiodifusoras al margen del complejo estatal de radiodifusión, que pueden tener una vida regular y sostenida, o el empleo, por asalto, de estaciones importantes para transmitir mensajes.

El avance de las fuerzas revolucionarias puede ser de tal magnitud que puede llegar, incluso, al punto de lograr una situación tan favorable en la correlación de fuerzas que puede constituir -- una especie de poder dual en la difusión colectiva, la comunicación y la información.

c) La salida de la crisis y el comportamiento de los medios de difusión colectiva.

Todo lo anterior nos hace entrar al problema de las soluciones a la crisis. A continuación se plantean algunas de esas posibilidades.

El tipo de solución que tiene una crisis depende fundamentalmente de la gravedad de la crisis, es decir, del grado en que ésta haya afectado la estructura de dominación de la burguesía y depende, asimismo, de la correlación de fuerzas a que se haya llegado. Es así que en una situación en que las fracciones más avanzadas de la burguesía que permanecen fuera del bloque gobernante asumen la **dirección del Estado**, la crisis puede resolverse por la vía de una

salida democrático-burguesa. Esto ocurre cuando la lucha de las - clases dominadas tiene un marcado carácter antioligárquico y anti-dictatorial y éstas requieren de alianzas con otras fuerzas anti-oligárquicas y antidictatoriales, incluso fracciones de la burguesía, es decir, cuando las fuerzas revolucionarias no se hallan en condiciones o no han podido por diversas causas (falta de madurez y de capacidad política o falta de organizaciones revolucionarias propias) asumir la dirección del proceso. De esta forma el sistema no se destruye ni se sustituye, aunque tiende a desarrollarse - en condiciones mas favorables para las clases dominadas en la medi da en que el espacio democrático que se abre les proporciona un - campo más propicio para luchar por sus intereses económicos y polí ticos y para avanzar en su organización.

El carácter que asumen los medios en estas condiciones suele ser de garantías legales y formales a la libertad de expresión, de derecho de acceso a las diversas corrientes políticas, etc. Pero el ejercicio real de esos derechos dependerá siempre de la capaci dad política de las fuerzas revolucionarias las que, además, debe rán ser capaces de desarrollar sus sistemas alternativos de difu sión para disputar la hegemonía a la burguesía aún en el poder del Estado.

De no ser así, es decir, de no ser capaces esas fuerzas de de fender y hacer avanzar sus intereses a través de la preservación de lo ya conquistado y la consecución de nuevos logros, correrían el riesgo de ver reducidas cada vez más sus posibilidades de acción y de ser ampliamente superadas por la influencia política e ideológi ca de la burguesía. En síntesis perderán influencia entre las ma sas.

Pero las crisis orgánicas tienen otras soluciones posibles. - Si bien es cierto que la crisis orgánica es una crisis de hegemonía y que afecta esencialmente a la sociedad civil, hay que recordar - que la burguesía es no sólo clase hegemónica sino también clase dominante; es decir, que además de mantener la dirigencia ideológica y cultural de la sociedad civil, tiene también el control de los - aparatos del Estado. En la situación de crisis orgánica, la clase dominante, si bien ha perdido consenso, no ha perdido el control - de la sociedad política. Esto le otorga a la clase dominante una ventaja: la de utilizar la coerción para impedir la destrucción y sustitución del sistema. Es decir, el Estado puede utilizar sus - aparatos represivos (policía, ejército, etc.) para combatir el movimiento y la organización de las clases revolucionarias.

Tal situación ocurre cuando la magnitud de la crisis es de -- tal gravedad que pone en riesgo inminente al sistema. Esa grave--dad de la crisis implica que la organización, la capacidad políti--ca y la consistencia ideológica de las fuerzas revolucionarias tie--ne tal grado de desarrollo que éstas tienen la claridad política - necesaria para elaborar y luchar consecuentemente por un proyecto social propio, alternativo al de la clase dominante. En tales cir--cunstancias las diferentes fracciones burguesas suelen unificarse en torno a una sola instancia: un partido, un bloque de partidos o incluso en torno al gobierno. Se trata de asumir una forma de or--ganización que "represente mejor y resuma las necesidades de toda la clase, es un fenómeno orgánico y normal, aunque su ritmo sea ra--pidísimo y casi fulminante en relación a épocas tranquilas. Repre--senta la fusión de todo un grupo social bajo una dirección única,

considerada como la única capaz de resolver un grave problema existente y alejar un peligro mortal".²⁹

El objetivo es preservar el sistema, incluso a través de la fuerza, en cuyo caso es frecuente que ocurra un aplastamiento de la sociedad civil a fin de que las fuerzas revolucionarias, reprimidas, no tengan posibilidad de reorganizarse y continuar la lucha. De esta forma son liquidados los partidos políticos (incluso con la desaparición física de sus dirigentes y de sus mejores cuadros), los sindicatos y todas las organizaciones de las clases dominadas. Incluso puede llegarse al grado de desaparecer el régimen de partidos (incluyendo los partidos burgueses) o cuando la clase dominante ha logrado constituir un partido único, puede instituirse un régimen de partido único, sin que el Estado pierda su característica de ejercer la coerción contra las fuerzas revolucionarias.³⁰

En estas condiciones, los medios de difusión colectiva preponderantes desempeñarán la función de justificar las acciones de la burguesía y del Estado (con gobierno dictatorial) recurriendo, como ya afirmé antes, al desprestigio político, a la calumnia, al infundio y aprovechando los prejuicios religiosos, etc., de los sectores más atrasados de la población. Al mismo tiempo serán utilizados para dirigir este tipo de propaganda hacia las clases y grupos auxiliares y aliados (pequeña burguesía, sectores desclasados, etc.) con el fin de afirmar su hegemonía sobre ellos. Es decir, un tipo de salida a la crisis como este "implica el uso combinado de la hegemonía -respecto a los grupos auxiliares y aliados- y de la coerción respecto a los grupos enemigos".³¹

En condiciones de gobierno dictatorial es muy frecuente, sobre

todo en los primeros años, que el gobierno asuma en su totalidad o en la mayor parte el control de los medios de difusión. Este puede ir evolucionando paulatinamente hasta ceder parte del sistema de medios en favor de las fracciones más retardatarias de la burguesía, en especial si antes de la situación de crisis existía la propiedad privada en los medios. Eventualmente esas fracciones pueden conservar sus medios, incluso inmediatamente después de solucionada la crisis, sobre todo cuando su auxilio al Estado ha sido notable.

Un aspecto importante al analizar en una situación de este tipo, son las condiciones en las que actúan los medios alternativos de las clases dominadas. Es claro que estas condiciones son en extremo difíciles, en la medida en que las organizaciones de clase han sido destruidas y muchos militantes y dirigentes han sido asesinados o son perseguidos. De ahí que los medios y las formas de difusión masiva y en general de comunicación y de información de las clases dominadas sean generalmente clandestinas y de alcance reducido: hojas volantes, prensa de circulación reducida e incluso formas como "mítines relámpago", etc. Tales formas irán evolucionando y mejorando en la medida en que las fuerzas revolucionarias se reorganicen, se reagrupen y generen nuevos militantes y dirigentes. Esto, aunque resulta siempre azaroso y complejo, es inevitable.

Ahora bien, es claro que una crisis orgánica también puede resolverse con la victoria de las fuerzas revolucionarias. En ese caso los sistemas de difusión masiva sufrirán transformaciones cuyo análisis excede los objetivos de este trabajo.

N O T A S

1. Louis Althusser, "Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado" en La Filosofía como Arma de la Revolución, Cuadernos Pasado y Presente/4, Ed. Siglo XXI.
2. "Que el partido, la familia, la iglesia, el sindicato sean en su momento prolongaciones o brazos de la voluntad del Estado, puede ocurrir, tanto en su aspecto represivo como (más fundamentalmente) en su aspecto ideológico. Pero también pueden -- ser momentos de negación de la ideología estatal. Es la más -- bárbara locura pensar que el partido de Lenin fuera un aparato ideológico del Estado zarista". René Zavaleta Mercado, "Las Formaciones Aparentes en Marx", en Historia y Sociedad No. 18, Segunda Epoca, Verano de 1978.
3. Utilizo el concepto de ideología en el siguiente sentido: "La ideología es: a) un conjunto de ideas acerca del mundo y la so ci dad que: b) responden a intereses, aspiraciones o ideales de una clase social en un contexto social dado y que: c) guían y justifican un comportamiento práctico de los hombres acorde con esos intereses, aspiraciones o ideales.
4. Es muy conocida la siguiente afirmación de Gramsci: "Cada grupo social, naciendo en el terreno originario de una función -- esencial del mundo de la producción económica, se crea, conj un ta y orgánicamente uno o más rasgos de intelectuales que le -- dan homogeneidad y conciencia de la propia función, no sólo en el campo económico, sino también en el social y en el políti-- co..." Antonio Gramsci, Los Intelectuales y la Organización de la Cultura, p. 11.
5. Esta función de dirección intelectual y política del partido -- con relación a la clase, no sólo recae en los dirigentes: "Que todos los miembros de un partido político deben ser consi dera dos como intelectuales, he ahí una afirmación que puede pres--

tarse a la burla y a la caricatura; sin embargo, si se reflexiona, nada hay más exacto. Se pueden hacer distinciones de grado, un partido podrá tener una mayor o menor composición, - del grado más alto o del más bajo, no es esto lo que importa: importa la función directiva y organizativa, es decir, educativa o sea intelectual. Un comerciante no entra a formar parte de un partido político para hacer el comercio, ni un industrial para producir más y a costos disminuidos, ni un campesino para aprender nuevos métodos para cultivar la tierra, aunque algunos aspectos de esas exigencias del comerciante, del industrial o del campesino puedan encontrar satisfacción en el partido político. Para esos propósitos, dentro de ciertos límites, existe el sindicato profesional, en el que la actividad económico-corporativa del comerciante, del industrial o del campesino encuentra su cuadro más adaptado. En el partido político los elementos de un grupo económico-social superan este momento de su desarrollo histórico y se convierten en agentes de una actividad de carácter nacional o internacional". Antonio Gramsci, *Ibid.*, p.p. 21-22.

6. "...toda clase que aspire a implantar su dominio, aunque éste determine la abolición de toda antigua forma social y aun del dominio en general, como es ahora el caso del proletariado, necesita primeramente conquistar el poder político para representar entonces su propio interés general, cosa a la cual se verá obligada desde el primer momento". C. Marx, La Ideología Alemana, p.p. 51-52.
7. En realidad, son las clases revolucionarias las únicas capaces de representar los intereses mayoritarios de la población, Incluso la burguesía, en su momento de ascenso fue capaz de representar un proyecto político al cual el proletariado debió apoyar, pues, en ese momento, su adherencia a dicho proyecto implicaba su existencia misma como clase. Pero una vez plenamente constituido y desarrollado el capitalismo, la burguesía no puede representar más los intereses mayoritarios de la so-

ciudad y es únicamente el proyecto histórico de la clase obrera el que puede reflejar esos intereses mayoritarios, en la medida en que éste se propone la destrucción de una clase por otra y, más aún, la desaparición misma de las clases.

8. Esta influencia de la ideología de una clase en la sociedad civil es de suma importancia: "...el grupo que controla la sociedad civil es el grupo hegemónico y la conquista de la sociedad civil remata esta hegemonía extendiéndola al conjunto del Estado (sociedad civil + sociedad política).

"Un grupo social puede y hasta tiene que ser dirigente ya antes de conquistar el poder gubernativo (ésta es una de las condiciones principales para la conquista del poder); luego, cuando ejerce el poder y aunque lo tenga firmemente en las manos, se hace dominante, pero tiene que seguir siendo también dirigente". Antonio Gramsci, Antología, p. 486.

9. Me refiero al sistema de difusión formado generalmente por los grandes medios de difusión (gran prensa, radio y televisión) - controlados por el Estado y la burguesía.

10. Es conveniente aclarar que las empresas estimulan la comunicación entre los trabajadores solamente para los fines del proceso de trabajo. Fuera de él, tratándose de asuntos sindicales o de otro tipo que implican la comunicación autónoma de los trabajadores dentro de la empresa, es decir, la comunicación de los trabajadores al margen de las formas de comunicación e información impuestas por la empresa, ésta coloca múltiples obstáculos.

11. Acerca de cómo los empresarios son capaces de "persuadir" a los trabajadores y contar en buena medida con el consenso de éstos, véase, Antonio Gramsci, "Americanismo y Fordismo", en Notas sobre Maquiavelo, Sobre Política y Sobre el Estado Moderno, p.p. 281-317.

12. K. Marx, El Capital, Tomo II, p.p. 150-151.

13. Ibid., p. 148.
14. Ibid., p. 149.
15. "El sector de bienes de producción se desarrolla más rápidamente que el de bienes de consumo. El mercado para el primero se va expandiendo en la medida en que lo exige el proceso de acumulación y el desarrollo de las fuerzas productivas, mientras que el sector de bienes de consumo no tiene dentro de esta dinámica una fuerza que lo ayude a expandirse. Por ello, es necesario estimular el desarrollo del sector de bienes de consumo, pues un rezago significativo del mismo puede tener consecuencias graves para algunas ramas del sector de bienes de producción. Es aquí donde surge la necesidad de la publicidad; - es aquí donde ésta se origina: su objetivo es aumentar el ritmo de expansión del sector de bienes de consumo". Patricia -- Arriaga. Publicidad, Economía y Comunicación Masiva. Ed. Nueva Imagen. p. 18.
16. En la actualidad, el capitalismo hace esfuerzos por tratar de disminuir la contradicción entre la tendencia a la baja de los salarios reales y las necesidades de realización de productos por parte de las empresas. Uno de estos intentos es el aumento del crédito personal.
17. K. Marx, El Capital, Tomo II, p. 61. (subrayado mio)
18. Véase, para el caso de México, el capítulo II de este trabajo.
19. De acuerdo a esto, un Estado capitalista será aquella unidad política en la cual predominan las relaciones capitalistas de producción, en donde la burguesía se ha erigido como clase económica y políticamente dominante y como clase hegemónica (es decir que aparte del predominio ideológico y político mantiene la dirección ideológica y cultural en la sociedad civil) y en donde el gobierno está organizado fundamentalmente para preservar esas relaciones de producción y esa dominación de clase a través de procedimientos políticos cuyas características depen

derán de las condiciones específicas de cada coyuntura o situación política.

20. "...la diferencia entre la ideología de la clase dominante y la ideología de las demás clases sociales estriba en que aquella es postulada por el Estado, como representación de la sociedad en su conjunto, y que los intereses que manifiesta, por esta misma razón, por ser postulada por el Estado, se justifican y se imponen como los intereses de toda la sociedad, siendo como son los intereses de la clase dominante". Arnaldo Córdova, La Ideología de la Revolución Mexicana. La Era del Desarrollismo (Proyectos de Investigación), Centro de Estudios Latinoamericanos, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Serie "Avances de Investigación", No. 26, México, 1977.
21. "...los fenómenos de mediación en la sociedad constituyen las formas objetivas en que se fijan las necesarias apariencias de conciliación de las contradicciones antagónicas; por ello, las formas de mediación constituyen fenómenos al nivel de la conciencia y de la superestructura institucional. Desde luego, como tales, revierten e influyen en el desarrollo de la base material de la sociedad, pero sin jamás llegar a convertirse en mediaciones efectivas de las contradicciones económicas fundamentales". Roger Bartra, El Poder Despótico Burgués, p. 31.
22. Antonio Gramsci, El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce, p. 12.
23. "Para que una ilusión tenga existencia debe haber un aparato político cuya función sea la de convertir las expresiones de los oprimidos en fórmulas ideológicas aceptables para la clase dominante; pero no sólo esto: debe tratarse de un aparato que logre transformar las exigencias políticas y económicas de la clase explotadora en una actividad más o menos reformista aceptable para las masas dominadas.

"Para ello, la mediación aparece encarnada en un aparato burocrático especialmente encargado de transmitir signos ideológi-

cos a lo largo y ancho de la estructura social, y de vigilar - que la actividad política corresponda a ellos". Roger Bartra, Op. Cit. p.p. 100-101.

24. Luciano Gruppi, El Concepto de Hegemonía en Gramsci, p. 15.
25. V.I. Lenin, Sobre la Caricatura del Marxico y el 'Economismo - Imperialista'. p.p. 50-51.
26. Sergio de la Peña. El Modo de Producción Capitalista: Teoría y Método de Investigación, p. 204.
27. Mientras no tengáis fuerzas para disolver el parlamento burgués y cualquiera otra institución reaccionaria estáis obligados a actuar en el seno de dichas instituciones precisamente porque hay todavía en ellas obreros idiotizados por el clero y por la vida en los rincones más perdidos del campo. De lo contrario corréis el riesgo de convertirnos en simples charlatanes". V.I. Lenin, La Enfermedad Infantil del Izquierdismo en el Comunismo". p.p. 72 -73.
28. V.I. Lenin, citado por Luciano Gruppi, en op. cit. p. 29.
29. Antonio Gramsci, Notas sobre Maquiavelo, Sobre Política y Sobre el Estado Moderno. p. 77. Gramsci se refiere al caso en que la clase dominante se agrupe bajo la égida de un solo partido.
30. "En este caso se trata de un partido único de la clase dominante y no de toda la sociedad. Es evidente que una solución de este tipo puede combinarse, en caso de una crisis grave, con la liquidación de los partidos representantes de otros grupos sociales, en cuyo caso se desemboca en el sistema de partido único propiamente dicho: tal es especialmente el caso del fascismo". Huges Portelli, Gramsci y el Bloque Histórico, p. 128.
31. Ibid., p. 129.

CAPITULO II

LA FUENTE DE LAS GANANCIAS EN LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION

(de la "venta de tiempo" a la producción de programas).

Cuando en México se habla de las ganancias que obtienen las - estaciones de radio y televisión comerciales, suele ponerse un énfasis muy marcado en aquello que está generalmente aceptado como - la fuente fundamental de los ingresos de estas empresas: la "venta del tiempo de estación". Tiempo en el cual diversas empresas anunciantes pagan varios miles de pesos para promover la rápida venta de las mercancías que producen o la contratación de los servicios "que ofrecen al público".

Esta idea, sin embargo, lleva consigo una gran cantidad de interrogantes de suma importancia y sobre las que se ha reflexionado poco. Por ejemplo: ¿es la radiodifusión privada una industria en sentido estricto o una actividad comercial? ¿produce bienes materiales o presta servicios? ¿sus trabajadores realizan una actividad productiva o improductiva? etc.

En este capítulo intento ofrecer un conjunto de reflexiones - acerca de un tema poco tratado: el origen de las ganancias de la - radiodifusión comercial. En él se intenta demostrar lo siguiente:

En la industria de la radiodifusión coexisten dos tipos de ganancias; una es, en efecto, resultado de los ingresos obtenidos -- por las estaciones como cuotas pagadas por alguna entidad, particular o pública, por transmitir anuncios, especialmente comerciales en un determinado horario. Dichos ingresos provienen, principal--

mente, del gasto publicitario efectuado por las empresas con el objetivo inmediato de acelerar el ciclo de circulación del capital y el fin último de expandir su producción. Este gasto forma parte de los gastos de circulación de las empresas y su reposición ocurre a expensas del plusproducto y constituye una deducción del plusvalor o del plusproducto. Es decir, a través del "servicio de venta de tiempo" las empresas de radio y televisión participan del plusvalor producido por la clase trabajadora. Pero este es sólo un aspecto del problema. Así como existen empresas dedicadas a la radiodifusión que obtienen la mayor parte o la totalidad de sus ganancias de la manera descrita anteriormente, existen otras que, además de este forma, obtienen ganancias por otro concepto. Se trata de aquellas empresas que han logrado desarrollar un auténtico proceso de producción y en las cuales el capital invertido con fines productivos recorre un ciclo de rotación exactamente igual al de cualquier capital industrial. Asimismo, en estas empresas el proceso de acumulación de capital, es decir la reproducción ampliada, es exactamente igual al de cualquier industria. En estas empresas se producen mercancías, y no me refiero a "mensajes que se tornan mercancías", sino a objetos que resultan de un proceso de producción capitalista, producidos para realizar en el mercado el valor generado por el trabajo humano que tienen incorporado. Me refiero, pues, en este caso, a los programas de televisión o radio cuando el trabajo humano utilizado en su producción (trabajo de técnicos, trabajadores manuales, actores, músicos, etc.) queda objetivado en una cinta magnetofónica, en un disco, o en una video cinta. Estos objetos son, efectivamente, mercancías y pueden incluso circular -

físicamente en su propio ámbito mercantil con las mismas características con las que los zapatos o las camisas circulan en el suyo.

El análisis de los tipos de ganancia obtenidos en la industria de la radiodifusión reviste no sólo una importancia económica, sino también política. El hecho de que en una misma actividad económica exista una gama tan variada de posibilidades de obtener ganancias, ha sido una de las causas por las cuales la industria de la radiodifusión tiene una composición social como la que hoy presenta. En efecto, las diferentes formas de ganancia que es posible obtener en la radiodifusión privada ha permitido:

a) Qué exista un grupo numeroso de radiodifusores, propietarios de pequeñas o medianas estaciones que, con relativamente poco capital, pueden dedicarse a esta actividad obteniendo buenas ganancias. Ello gracias a que, sin tener que dedicarse a la producción de programas, pueden dedicarse a "vender tiempo" para la transmisión de "spots", obteniendo con ello considerables utilidades.

b) Que en contrapartida exista un grupo bastante pequeño de propietarios de grandes estaciones de radio y televisión que, al mismo tiempo que programan "spots" en sus estaciones, cuentan con estudios y equipos de producción modernos con los cuales pueden producir sus propios programas. Es decir, se trata de un grupo de radiodifusores cuyas utilidades son obviamente mayores gracias a que puede conjugar para obtenerlas todas aquellas actividades (tanto de servicios como productivas) que le es posible realizar a una empresa de este tipo.

Todo esto ha dado como resultado que el gremio de los radiodifusores tenga una composición social en la que la dirección recae

en el pequeño grupo de radiodifusores propietarios de grandes estaciones, el cual encuentra una amplia base política de apoyo en el grupo de pequeños y medianos radiodifusores, misma que es moviliza da en aquellos momentos en que es preciso defender los intereses gremiales o los de clase. Las formas concretas en que este gremio, así compuesto, ha actuado a través de la historia de la radiodifusión en nuestro país podrá verse a lo largo de los siguientes capítulos.

a) Producción y "Venta de Tiempo en la Radio".

Es posible hablar de ganancias significativas en esta actividad a partir del establecimiento de las XEW en 1930. Hasta entonces, las estaciones comerciales se hallaban en un periodo de formación y sus ingresos eran obtenidos por la emisión de esporádicos - anuncios comerciales transmitidos en los conciertos. Además, el tiempo que se dedicaba a las transmisiones era bastante corto. Se limitaba a 3 o 4 horas cada noche. Por otra parte no existía una legislación que reglamentara la emisión de anuncios¹ y la tarifa cobrada por este concepto podía ir, según el Director Artístico de la XEW, Amado C. Guzmán, desde dinero en efectivo, hasta singulares intercambios de mercancías que necesitaba una estación por tiempo de programación.²

No obstante, ya desde 1925 se producían programas comerciales con patrocinadores importantes,³ pero el escaso número de receptores existentes, además de los escasos recursos económicos de algunos de los pioneros de la radiodifusión impedían que ésta tuviera un crecimiento acelerado. Y si bien existían algunas estaciones -

con apoyo económico suficiente para subsistir -como la CYB de El Buen Tono- ellas no poseían una organización administrativa ni las relaciones económicas necesarias (con las grandes productoras de aparatos electrónicos de Estados Unidos) para promover la compra masiva de aparatos receptores de radio, única forma en que la radio difusión podría atraer a un número considerable de anunciantes que mediante la adquisición de tiempo de programación, dotara a las es taciones de ingresos cuantiosos.

En los primeros años, las estaciones realizaban sus programas con costos verdaderamente bajos. Dichas estaciones pretendían, in cluso, bajo el argumento de que "no recibían un centavo por conciertos que (transmitían) y tampoco (podían) pagarlo",⁴ que los artístas intervinieran gratuitamente en las emisiones, pretextando, ade más, que la promoción que obtenían al actuar en radio era un pago suficiente a esa participación.

Ello produjo, ya desde 1924, conflictos con el elemento artístico, especialmente con los músicos. En ese año, el Sindicato de Filarmónicos prohibió a sus agremiados tomar parte en los conciertos "sin cobrar los honorarios correspondientes" y fijó una cuota mínima de 15 pesos como salario para participar en un concierto.⁵

Aparte de lo anterior, aparecieron otros problemas que hicieron más precaria la situación de las radiodifusoras: "... (éstas) - sufrían a cada rato descomposturas y afrontaban problemas técnicos como el de que al no utilizarse todavía cristales de control, una estación invadía fácilmente la frecuencia de otra".⁶

Debido a este conjunto de problemas, la actividad radiofónica en el país sufrió durante su primera década cierto estancamiento y mientras en 1923 a 1926 el número de estaciones llegó a 16, en

los años 1927, 1928 y 1929 se notó "un estancamiento o lento desarrollo (a tal grado) que al término el año de 1929 se encontraban en actividad 19 estaciones..."⁷ Es decir, sólo se fundaron 3 nuevas estaciones en ese lapso.

Así pues, fue la XEW la primera estación en poseer los recursos económicos, los contactos con las productoras de aparatos electrónicos y la organización necesaria para hacer de la radiodifusión en México un negocio altamente lucrativo.⁸ Esto, por lo demás, no resulta extraño. Muy conocida es la vinculación de Emilio Azcárraga Vidaurreta con la importante empresa fabricante de aparatos eléctricos Víctor (posteriormente RCA Víctor), a través de la empresa México Music, Co. de la cual el propietario de la XEW era dueño también y por medio de la cual este empresario distribuía en todo el territorio mexicano aparatos de la citada empresa estadounidense.⁹ Debido a ello, Azcárraga poseía una idea muy precisa (y la experiencia necesaria para hacerlo) de cómo propiciar el aumento del consumo de aparatos receptores de radio, convencido de que éste era el único camino para promover la expansión de la industria radiofónica. "El señor Azcárraga -comenta un antiguo ejecutivo de la XEW- tuvo la idea de que si querían vender radios, la mejor forma era dar al público razón y necesidad para comprarlos. Fue esa la idea primordial de la creación de la XEW".¹⁰ Así, a diferencia de algunos intentos como los que la CYB había realizado en los -- años veinte para propiciar el aumento de aparatos radioreceptores, mediante el canje de envolturas de cigarrillos de la fábrica "El Buen Tono" por diversas piezas de radio hasta completar un aparato, Azcárraga utilizó formas mucho más efectivas como colocar aparatos

de radio tocando a gran volumen en tiendas del centro de la ciudad para atraer al público hacia la compra de radioreceptores. Pero, además, y muy fundamentalmente, supo crear una especie de "star -- system" nacional a cuya fascinación pocos pudieron escapar. De allí que a principios de los años treinta, adquirir un radio y escuchar los programas estelares de la XEW constituía una aspiración importante de gran parte de la población. El hecho de crear un cuerpo de estrellas radiofónicas con gran arraigo popular constituyó, sin duda, un elemento fundamental para el éxito de la XEW. Según Othón Vélez, gerente de la W en 1947, la venta de aparatos radioreceptores en México era limitada, pues el público no hallaba estaciones que le satisficieran. "Don Emilio -afirma Vélez- comprendió la oportunidad de dotar a México de una gran estación, destinada a la difusión de programas que sirviesen mejor a la curiosidad y al gusto de nuestros radio escuchas. Una estación de gran potencia organizada a la perfección con todos los adelantos técnicos y el máximo interés por la difusión de nuestra música y nuestra literatura".¹¹

De esta manera, siguiendo las características organizativas de las modernas emisoras que Azcárraga había visto funcionar en Estados Unidos, la XEW logró crear una forma de operación que pronto fue seguida por otras importantes radiodifusoras de la época como la XEB.

Durante la década 1930-1940, los ingresos obtenidos por las radiodifusoras provenían de la "venta de tiempo" de programación que las emisoras hacían a diversos anunciantes; tiempo en el cual se transmitían programas espectaculares en los que figuraban los -

cantantes, orquestas y actores más afamados de la época, y era tal el éxito de estos programas que en torno a los aparatos de radio - de diversas ciudades del país, los aficionados a la radio, se reunían, cada vez en mayor cantidad, para escuchar los programas. Como consecuencia de ello, el número de anunciantes y de tiempo dedicado a la emisión de "spots" creció considerablemente. Sin embargo, estos grandes "programas estelares", no eran en su mayoría producidos por las estaciones, sino por agencias de publicidad contratadas para tal fin por los anunciantes.

En efecto, esas agencias, a través de personal especializado, contrataban artistas (músicos, cantantes, actores, etc.), alquilaban estudios para ensayos y, finalmente, "compraban tiempo" de estación para transmitir el programa. Todo ello a cuenta de algún patrocinador, generalmente una empresa importante, a la cual la agencia cobraba por el servicio de producción. Así, desde esa época e incluso hasta muchos años más tarde (hasta la década de los sesenta) el nombre del patrocinador y el del programa eran parte de una misma unidad y el público identificaba a tal o cual producto comercial con sus programas y sus artistas favoritos con el consiguiente beneficio publicitario para los anunciantes.¹² Las estaciones, por su parte, también producían algunos programas en los cuales insertaban "spots", generalmente de aquellas marcas comerciales pequeñas que aun estando interesadas en anunciarse en radio, no tenían la capacidad para producir sus propios programas.

Ahora bien, en este último caso, es decir, en el caso de los programas producidos por las estaciones, más que una "venta de tiempo", lo que ocurría era lo siguiente: los programas producidos por

la emisora implicaban un proceso de producción completo en el cual técnicos, obreros, artistas y todos cuantos participaban en la elaboración del programa eran, de manera efectiva, trabajadores productivos, en la medida en que su trabajo producía plusvalor, es decir, era consumido en el proceso de valorización del capital.¹³ De esta forma, el producto que resultaba de este proceso de producción era una mercancía "no materializada en un objeto" que bajo la figura de la "compra de tiempo" se vendía a los patrocinadores. Estos -y era indiferente que fuera uno o varios- absorbían el costo del programa, ya fuera en su totalidad, si se trataba de un solo anunciante, o fracciones del mismo, en el caso de que fueran varios. Por lo tanto, si pensamos en un programa por el cual el (o los) patrocinadores hubieran pagado por el tiempo de estación 2,000 y la empresa/radiodifusora hubiera desembolsado entre pago de salarios y otros gastos de capital (fijo y circulante) 1,500, significaría -- que ésta obtendría una utilidad de 500.¹⁴ Por lo que respecta a los programas producidos por las agencias de publicidad, resulta claro que en ellos no era la estación la que explotaba directamente la fuerza de trabajo de quienes participaban en la elaboración de ellos. En este caso, las emisoras recibían ingresos tanto por alquiler de estudios y equipos para la elaboración de esos programas, como por otorgar a los anunciantes determinado tiempo de estación para transmitir dicho programa.

Ahora bien, es preciso aclarar que tanto los programas producidos por las emisoras como los realizados por las agencias de publicidad tenían una característica común: el trabajo empleado en producirlos no quedaba objetivado en una mercancía tangible, era -

efímero, se perdía para siempre, no había posibilidad de conservar el valor contenido en el programa en un objeto que pudiera ser -- transportado a diversos lugares o almacenado, es decir que tuviera una circulación física. El programa una vez transmitido se perdía para siempre; su recuerdo, ciertamente, podía quedar en la memoria de los radioescuchas, pero en términos económicos significaba, para la empresa que lo producía, que una vez transmitido dejaba de tener utilidad y que, como es obvio, había que producir nuevos programas cada vez que se quisieran obtener ingresos a través de su venta.

Sin embargo, la producción de los programas como mercancías - cuyo valor "no se materializaba en un objeto", no duró mucho tiempo. En efecto, desde fines de los años treinta en Estados Unidos y a principios de los años cuarenta en México se empezaron a utilizar discos de acetato para grabar los programas radiofónicos. Esto, como veremos a continuación, representó un avance extraordinario - en las aspiraciones de los grandes radiodifusores para obtener elevadas ganancias. Con la utilización de discos (y años más tarde - de cintas magnetofónicas) era ya posible que el trabajo empleado - en la producción de un programa quedara materializado en un objeto que podía trasladarse de un lugar a otro, del cual podían sacarse copias y cuyo sonido podía ser reproducido cuantas veces se deseara. Es decir, podía circular en el mercado con la misma facilidad que cualquiera otra mercancía.

Pero esto no era todo, los programas radiofónicos grabados -- presentaban muchas más ventajas. Podían, en primer lugar, ser vendidos a uno o varios patrocinadores, con lo cual se realizaba la -

plusvalía contenida en ellos; pero, además, podían ser enviados a otros países y vendidos nuevamente, obteniendo con ello una ganancia extraordinaria. Y por si esto fuera poco, la estación propietaria de los programas podía subir sus tarifas de "venta de tiempo" con el argumento de que dichos programas eran enviados a diversas estaciones de provincia y, por lo tanto, los anuncios de los patrocinadores llegaban a un número mayor de consumidores en potencia.

Todo lo anterior, como es claro, representó un factor que impulsó el crecimiento económico de la industria de la radiodifusión y aceleró el proceso de acumulación de capital por parte de los grandes radiodifusores.

El Caso de RPM.

En México fue Radio Programas de México (RPM), fundada en 1941 por Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez, la empresa que empezó a explotar el uso de discos de acetato para grabar programas radiofónicos. Su éxito fue notable sobre todo en los años cuarenta. RPM operaba así:

"En los estudios de cualquier de las dos más importantes radiodifusoras de México, la XEW o la XEQ, cuando se origina uno de esos importantes y costosos programas que han de difundirse en todo el país para que los patrocinadores obtengan esa efectividad prodigiosa que da la publicidad bien hecha, y bien distribuida, simultáneamente a su transmisión (...) el programa está siendo grabado en grandes discos de acetato o de cristal, captando hasta los más mínimos detalles del programa en cuanto a actuación de los artistas, actores, ejecutantes musicales y sonido se refiere. Minutos más tarde de -

haber sido impresionado el programa se procede a la confección de las copias, discos también, idénticos en pureza y calidad al original, las que más tarde han de enviarse a todas las emisoras afiliadas a las dos grandes cadenas. Es entonces cuando se procede a la sincronización de esos mismos programas para ser difundidos simultáneamente en todo el país.* Por los medios de comunicación más rápidos y seguros, esos programas 'impresos' se envían a las radiodifusoras que (...) forman las dos más importantes cadenas de radiodifusión, mismas que se encargan de hacer llegar a todos los hogares mexicanos esos magníficos programas de que antes sólo disfrutaban los radioescuchas capitalinos y dando al mismo tiempo a los comerciantes o patrocinadores del o los programas, una actividad envidiable y un perfecto control en la difusión de los mismos. Este sistema, complicado y costoso pero efectivo, se emplea en casi todas las transmisiones de programas musicales y programas dialogados de esos que se transmiten en serie. Para lograr una calidad de sonido, (RPM) adquirió a gran costo dos soberbias máquinas grabadoras como las usadas en los E.E.U.U. por las grandes compañías de radiodifusión. En dichas máquinas se logra producir las más perfectas transcripciones eléctricas por el moderno y preciso sistema ortoacústico; sistema que exige tal laboriosidad al ser ejecutado, que invariablemente sus operadores tienen que permanecer ante la máquina hasta catorce horas al día".¹⁵

* Esto significaba que se enviaban las copias de los programas a las estaciones afiliadas, se fijaban una fecha y una hora determinadas (por ejemplo las ocho de la noche) y a partir de ella, todas las emisoras reproducían al mismo tiempo el programa.

De esta manera, el grupo radiodifusor que controlaba RPM, XEW y XEQ, obtenía los siguientes ingresos en el ámbito nacional:

1) Por el equivalente a la venta del programa transmitido en XEW o XEQ;

2) una cantidad extra por parte del patrocinador, pues, con el nuevo sistema, sus anuncios serían escuchados simultáneamente en varias regiones del país, por lo que debían pagar una cantidad mayor;¹⁶

3) una cantidad de la radiodifusora afiliada (a donde se enviaban los programas producidos por XEW y XEQ) como pago por el programa adquirido.¹⁷

A estos ingresos, habría que agregar los obtenidos por la venta de programas al extranjero.

Este modo de operar, como es claro, fue fundamental para el desarrollo de la concentración y centralización de capital en la industria de la radiodifusión. Si ya desde los años treinta el grupo Azcárraga era el más poderoso en esta actividad, a partir del establecimiento de RPM el fenómeno de la monopolización empezó a manifestarse en ella. Esto, aparte del efecto político que al interior del gremio de los radiodifusores tuvo la constitución de RPM y que veremos en el capítulo VII de este trabajo.

A raíz de la creación de RPM, el proceso de acumulación de capital en esta actividad se incrementó enormemente. En 1944, a sólo 3 años de haberse fundado, RPM había aumentado sus ganancias en un 300% (es decir una tasa anual de 100%);¹⁸ mientras que en 1941 la citada empresa sólo controlaba la difusión en todo el país de los anuncios de "tres cuentas importantes de publicidad (Pepsi Cola,

Palmolive y Sidney Ross)" al finalizar el año de 1942 controlaba ya las cuentas publicitarias de "nada menos que 130 importantes compañías comerciales y anunciadoras".¹⁹ Además, en pocos años, la empresa había logrado reunir a una gran cantidad de estaciones afiliadas (6 en 1941, 82 en 1947, 92 en 1950, etc.). Y por si ello fuera poco, había empezado a exportar programas a Centro y Sudamérica (y planeaba hacerlo a Estados Unidos), países a los que el gerente de RPM, Clemente Serna Martínez, realizaba constantes viajes de promoción, llevando consigo discos con programas grabados.

Ahora bien, por supuesto no fue RPM la única empresa que utilizó el sistema de grabaciones. Posteriormente otras, como Radio Cadena Nacional (RCN) lo emplearon, pero fue RPM la primera en hacerlo y la que mayor éxito obtuvo con él.

Con estos antecedentes, no fue extraño que una vez pasada la "crisis de refacciones" que afectó a las radiodifusoras durante la II Guerra Mundial,²⁰ las tasas de acumulación de capital en esta industria aumentaron de manera extraordinaria. Mientras de 1936 a 1945 la reinversión en esta actividad aumentaba de 1 a 2 millones de pesos anuales (a excepción de 1939-1940 en que aumentó 3 millones y de 1944-1945, en que, por el contrario bajó 1 millón), de 1945 a 1949 la reinversión aumentó en 4 millones de pesos el primer año, en 9 millones el segundo y en 11 millones en el último.²¹ Es decir, aumentó entre 1936 y 1949 en 1 312.32%. Asimismo, las utilidades también crecieron de \$1,299,860.01 en 1941 a \$5,462,210.50 en 1949. Es decir, aumentaron en 339%.

Este crecimiento de la industria de la radiodifusión en los años cuarenta continuó en la década siguiente. En esa década, los

adelantos técnicos prosiguieron con el consiguiente aumento de la productividad de RPM. En efecto, con la paulatina sustitución de los discos por la cinta magnética, la cantidad de programas producidos durante un mes se elevó considerablemente. En 1954, el gerente de RPM declaraba:

"En 1948, cuando usábamos discos, grabábamos 600 horas al mes. En abril de 1952, al empezar a usar cinta magnética, grabábamos 1000 mensuales. Hoy grabamos 3 000 horas al mes, de esto, 70% se graba en cinta y estamos satisfechos de hacer un trabajo mejor y más económico que antes. (en 1954) Radio Programas de México usa diariamente 51 816 metros de cinta magnética para grabación radiofónica".²²

Para ese año, RPM contaba ya con una importante filial: la -- compañía productora Arte Radiofónico de México, S.A. (ARMSA). Esta compañía, sólo para dar un ejemplo, anunciaba en 1954 que acababa de grabar una serie de 104 programas de 14 minutos en sus estudios (protagonizados por el actor cómico Manuel Medel); que contaba con un catálogo de más de 25 obras totalmente grabadas y esperaba terminar en los siguientes 2 meses, 17 obras más correspondientes a "todos los géneros" (músicales, aventuras, misterio, policiacos, etc.). Además, anunciaba que sus programas "estaban siendo enviados en grandes cantidades a Centro y Sudamérica y al Sur de Estados Unidos", y que "estaba adquiriendo nuevos equipos de grabación para satisfacer la demanda".²³

Y era efectivamente tan grande el ascenso de la producción de RPM y sus filiales que esta empresa tuvo que establecer en sus estudios de grabación "tres turnos diarios para sacar el trabajo que se les tiene encomendado. La producción alcanza un promedio dia--

rio de novecientos carretes de cinta magnética..."²⁴

De esta forma, el grupo de radiodifusores propietario de RPM (Azcárraga-Serna Martínez) y sus filiales prácticamente monopolizó la producción de programas radiofónicos. Incluso algunas agencias de publicidad que también producían programas empezaron a dejar de hacerlo y a comprar los que producía el citado grupo. Por ejemplo, en 1955 la agencia "Walter Thompson" compró la serie "La Maldición de la Negra" a ARMSA para después transmitirla por XEQ; Noble Advertising compró a la misma empresa la serie "Amor Imposible" (132 programas de 14 minutos cada uno) y la misma "Walter Thompson" compró "Cartas de Amor a 4 Esposas" para transmitirla en una estación del D.F. y 20 de provincia. Todo lo anterior, como se ve, resulta bastante curioso: la agencia de publicidad, a cuenta del patrocinador, compraba a una empresa del Grupo Azcárraga-Serna Martínez un programa y luego "compraba tiempo" en una estación del mismo grupo para transmitirlo.

Y así como los adelantos tecnológicos incorporados por RPM y sus filiales a su producción contribuyeron a elevar sus ganancias, las nuevas técnicas "administrativas y de operación" lo hicieron también. Si en sus inicios la empresa productora enviaba a diversas estaciones de provincia copias de un programa para que lo re--produjeran simultáneamente, en 1956 esto había sido superado. Esto era posible a través del "sistema de rutas", mediante el cual, grupos de estaciones de la misma región se encadenaban por vía telefónica de tal manera que sólo era necesario enviar una copia del programa a una de las estaciones de la "ruta" la cual las transmitía a las demás. Al respecto, RPM declaraba con beneplácito:

"Unas cuantas copias bastan para cubrir, a poco costo, un número determinado de rutas formadas por desde cuatro hasta -- ocho difusores locales".²⁵

El hecho de que la producción de programas de radio quedara - centralizado en un número reducido de empresas, dio lugar a que, a finales de los años cincuenta, un gran número de radiodifusoras se dedicara simplemente a la transmisión de grabaciones, ya fuera de programas como radio-novelas, cómico-musicales, etc., o de discos con música grabada. Paulatinamente fueron siendo más las radiodifusoras que se dedicaron a esto último. Y ello fue así porque con esta forma de operar, el capital desembolsado para instalar y mantener en funcionamiento una radiodifusora no tenía que ser cuantioso. En esta forma de operación, no se tiene necesidad de contratar artistas; de hecho ni siquiera se piensa en producir programas. Lo único que se "vende" es tiempo para "spots" y sólo se transmiten grabaciones (en algunas estaciones sólo discos). Así, las "estaciones disqueras" (como se les llamaba a finales de los años cincuenta) pueden operar incluso con un equipo relativamente poco costoso y con poco personal. En tanto no producen mercancía alguna (es decir, no producen valor), sino que se limitan a insertarse -- como intermediarios en el proceso de circulación de las mercancías que anuncian (tanto de los productos que publicitan mediante -- "spots" como de los discos, con número musicales cuya venta promueven) para captar una parte del plusvalor, pueden considerarse como empresas improductivas. Y aunque estas estaciones enfrentaron varios problemas, especialmente con los sindicatos de músicos, pues - estos consideraban que la transmisión en las radiodifusoras de mú-

sica grabada desplazaba a sus agremiados de posibles fuentes de -- trabajo, lograron generalizarse, sobre todo en la década de los sesenta, hasta constituir en la actualidad la mayoría de las estaciones en México. Así, pues, la operación mediante retransmisión de discos se convirtió en la forma más utilizada de manejar una estacion de radio en la medida en que significaba una forma relativamente cómoda y barata de obtener buenas ganancias.²⁶ Esto possibilitó que un número considerable de empresarios medianos y pequeños ingresaran a la industria de la radiodifusión y constituyeran, como se señala al inicio del capítulo, una base política dirigida por los miembros de los grupos radiofónicos más poderosos; grupos que, por otra parte, sí siguieron produciendo programas y distribuyéndolos en el extranjero.

Resulta entonces claro que mientras el mayor número de radiodifusoras, al dedicarse exclusivamente a la promoción de discos de números musicales y publicidad de mercancías y servicios, sólo obtiene ingresos por "venta de tiempo de estación" (ingresos que varían según la potencia, ubicación, etc., de la emisora), existe un reducido ^{número} de empresas radiofónicas que pueden abarcar toda la gama de actividades lucrativas que es posible desarrollar en la radiodifusión, en cuyo caso pueden obtener todos los tipos de ingresos que hemos visto aquí.²⁷

Ahora bien, cabe aquí destacar el importante papel que jugó -- la aprobación de la LFRT de 1960 para elevar las ganancias de las empresas dedicadas a la radiodifusión. Aunque se dedica más adelante un capítulo especial para analizar con detalle la estrategia desarrollada por los industriales de la radiodifusión durante casi

20 años para lograr esta ley,²⁸ es conveniente aclarar aquí algunas cuestiones relativas a este asunto.

Como se sabe, la fracción IV del artículo 9º de la LFRT determina que la SCT sólo puede fijar el mínimo de las tarifas que deben pagarse por el uso de los servicios radiofónicos. Esto, como es obvio, permite a los radiodifusores disponer de un número indefinido de posibilidades para decidir libremente el monto y la forma de aplicación de sus tarifas.

Así, las radiodifusoras pueden determinar libremente la cantidad de dinero que han de cobrar por los servicios de radiodifusión y, sobre todo, pueden determinar libremente a quien prestar el servicio.

Es decir, todas las condiciones para utilizar el servicio de radiodifusión son determinadas unilateralmente por los propietarios de las estaciones. La única restricción es que una vez fijadas las tarifas por los concesionarios, deben notificarse a la SCT para que ésta las registre. Sin embargo, como aclara una circular dirigida por la CIR a los radiodifusores: "...la libertad tarifaria no quiere decir que se puede cobrar como caiga al caliente":

"Hay libertad, sí, para fijar en la tarifa el precio de los "spots" o tiempos, pero una vez fijados los precios y los descuentos por duración o por volúmen* no se pueden quebrar reduciendo o aumentando las cuotas señaladas en las mismas, porque si esto ocurre, la infracción en cada caso, según la cuantía de rebaja o aumento es de \$500 a \$5,000.00; de tal modo -

*En general, las estaciones de radio ofrecen descuentos a los anunciantes, si estos contratan periodos largos (seis meses o un año) o una gran cantidad de "spots".

que si en diez contratos y sus recibos correspondientes, la Dirección de Tarifas comprueba que se hicieron diez descuentos no señalados en la tarifa o se aumentaron los precios, se aplicarán multas que pueden sumas varios miles de pesos."²⁹

No obstante, como es claro, este tipo de restricciones no representa ningún riesgo para las ganancias de las radiodifusoras en la medida en que éstas pueden elaborar libremente y aplicar tarifas que les garanticen altas utilidades sin incurrir en violaciones a la ley.³⁰ Además, dichas tarifas pueden ser cambiadas de acuerdo con los intereses de las radiodifusoras con solo notificarlo a la SCT.

Finalmente, antes de tratar lo relativo a la fuente de los ingresos en la televisión cabe recordar que con la proliferación de las "estaciones disqueras", las agencias de publicidad dejaron -- prácticamente de producir programas. Si ya desde varios años antes, con la aparición de compañías productoras de programas habían dejado de hacerlo en gran medida, con las nuevas condiciones de operación se dedicaron prácticamente a trabajar a base de comisiones. Así, en la actualidad, las agencias de publicidad y agentes publicitarios reconocidos perciben, por parte de las radiodifusoras el 15% de comisión sobre la cantidad de dinero que la emisora haya percibido por parte de comercios o industrias cuya publicidad maneje la citada agencia. Esto, por supuesto, implica también abundantes ganancias para las agencias, pues es muy conocido el hecho de que en México se gastan enormes cantidades de dinero en publicidad.

b) Producción y "Venta de Tiempo" en la Televisión.

La evolución en la forma de obtención de ingresos en la televisión es sumamente similar a la ocurrida en la radio. Al igual - que anteriormente había ocurrido en ésta, durante la década de los cincuenta la producción de la gran mayoría de los programas de televisión corría a cuenta de los patrocinadores a través de las -- agencias de publicidad. Estas, como ya se explicó, contrataban ar tistas, alquilaban estudios y equipo para ensayos y finalmente, pa gaban tiempo de estación para transmitir el programa. La siguiente afirmación de un productor de televisión de Estados Unidos, país en donde este medio de difusión operaba comercialmente con caracte rísticas casi idénticas a las que mantenía en México, ilustra esta forma de operación.

(Después de afirmar que la T.V. no era todavía un buen negocio, declaró): "No hay dinero en esto (...) el público de te levisión es todavía poco numeroso y (...) los anunciantes no pagan las fuertes sumas de dinero que son necesarias para ar tistas y tiempo (de estación) si se quiere hacer un buen programa.

"Nuestras pérdidas en cada uno de los programas que mi agen-- cia presenta, es de cien dólares por transmisión. Para cada programa tenemos que tener tres horas de ensayo durante la se mana y tres horas más durante el día de la transmisión. Los precios de venta de cada uno de nuestros programas es de seis cientos y setecientos dólares respectivamente".³¹

Resultaba, pues, que en estos casos, es decir, cuando las es-- taciones no producían por sí mismas sus programas, obtenían ingresos provenientes de las cuotas que les eran pagadas por los anun-- ciantes que "compraban" tiempo de estación para transmitir progra-

mas o "spots". Además, ya desde 1954 las empresas de televisión - habían comenzado a comprar en Estados Unidos series de T.V. filmadas (adquiridas generalmente "en paquete", es decir, varias series), las cuales eran exhibidas con intermitentes cortes para transmitir anuncios publicitarios.³²

Pero al igual que ocurrió en la radio, pronto surgieron adelantos técnicos que permitieron a la televisión comercial penetrar en una nueva fase de desarrollo que aceleraría su crecimiento y -- multiplicaría sus ganancias. Y es que si bien en sus primeros años debió superar algunos obstáculos ocasionados sobre todo por el escaso número de aparatos receptores de T.V. existentes (situación que originó que no hubiese una cuantiosa publicidad dirigida hacia ella),³³ desde el segundo lustro de los años cincuenta, y en particular a finales de la década, las empresas televisoras empezaron a crecer en todos sentidos (número de estaciones, potencia, aumento de tiempo de programación, etc.)³⁴

Uno de los factores que contribuyó a esto fue la utilización de la "cinta magnetofotofónica" o video tape, la cual permitió, al igual que había ocurrido con el disco y la cinta magnética en el caso de la radio en los años cuarenta, que el trabajo empleado en la producción de programas quedara materializado en un objeto y -- que éste pudiera almacenarse, transportarse, etc.

Hasta antes del video tape existían programas grabados llamados "kinescopios", pero estos no tenían la misma nitidez de imagen que los video tapes.³⁵ De ahí que apenas hubo este sistema probado su efectividad en Estados Unidos, la empresa Telesistema Mexicano³⁶ empezó a gestionar la compra de máquinas de video tape en --

aquel país.³⁷ La primera de estas máquinas -marca AMPEX- fue instalada en Monterrey a principios de diciembre de 1958 en la estación XEFB-TV. Su instalación fue acompañada por una intensa campaña publicitaria en aquella ciudad con el objeto de atraer anunciantes y promover la venta de aparatos receptores. Se afirmaba que: "el público de Monterrey verá los programas originados en la ciudad de México con la misma perfección que si fueran originados en Monterrey. Los anunciantes que patrocinan programas en la ciudad de México, estarán de plácemes, pues el público de Monterrey verá sus programas con la misma perfección con que son recibidos por el auditorio de la ciudad de México."³⁸ Parte de esa campaña desarrollada por la propia XEFB-TV durante diciembre de 1958 fue insistir en que "el mejor regalo de navidad es un televisor". Con ello logró que el incremento de ventas de estos aparatos fuera tal, que en ese mes los fabricantes "se vieron en aprietos para surtir la demanda".³⁹ Además la misma empresa afirmó que "el tiempo de publicidad se vende con gran rapidez y el horario de las 7 a las 10:30 p.m. está casi saturado. Casi ya no hay espacio para 'spots'".⁴⁰

Con estos antecedentes se transmitió el primer programa grabado en video tape en México el día 3 de abril de 1959 en el canal 2 del Distrito Federal.⁴¹

A partir de entonces creció considerablemente el tiempo de transmisión en la televisión y casi de inmediato, en 1960, se inició en Telesistema Mexicano la "televisión matutina" con programas "dedicados a las amas de casa", con horario de 8 a 14 horas.⁴²

En estas condiciones, la forma de obtener ingresos para las estaciones de televisión se tornó sumamente variada durante los --

años sesenta.

1) Ingresos por las cuotas cobradas a los anunciantes por utilizar tiempo de estación para transmitir los programas producidos para ellos por las agencias de publicidad.

2) Ingresos por el alquiler de estudios y equipo utilizados por los productores para sus programas.

3) Ingresos por la venta de los programas producidos por la propia emisora a uno o varios patrocinadores; venta que, como se ha expuesto aquí, se efectúa mediante la forma de "venta de tiempo" - al anunciante.

4) Ingresos por la retransmisión de programas (películas o video tapes) grabados en la estación o comprados a otros países y transmitidos en medio de gran cantidad de "spots".

5) Ingresos por la venta de los programas grabados por la -- emisora a países del extranjero, especialmente a latinoamérica y a las áreas de gran población hispanohablante de Estados Unidos.

A partir de los años setenta, la producción de programas por parte de agencias de publicidad, que ya había comenzado a descender en los años sesenta, prácticamente desapareció. Ello ocurrió debido a que las estaciones de televisión importantes comenzaron a incrementar la producción propia de programas y a ocupar con ellos - la mayor parte del tiempo de programación. Esto benefició enormemente a las estaciones de televisión, pues además de que no sufrieron merma alguna en sus ingresos (ya que muchas agencias de publicidad siguieron alquilando estudios y equipo para grabar "spots" para sus clientes, los que después eran proyectados en las propias estaciones "comprando" tiempo en ellas), el hecho de que las pro--

pías televisoras controlaran la producción de programas les permitió, por ejemplo, disponer de ellos con entera libertad, tanto para venderlos como para retransmitirlos en el momento que lo desearan, algo que, como veremos más adelante, no podían realizar antes. Pero para llegar a esta situación hubo de desarrollarse un complejo proceso que a continuación se expone brevemente.

En efecto, a partir de la creación de su filial, **Teleprogramas Acapulco** en 1962, Telesistema Mexicano comenzó a elevar su producción de programas, especialmente de telenovelas. Estas habían -- empezado a aumentar su demanda en el extranjero desde que "se les había dotado de la magia del color".⁴³ De ahí que para 1968 se produjeran anualmente "dos mil quinientos capítulos de telenovelas para el mercado interno y para la exportación".⁴⁴ Es decir, suficientes para transmitir 4 horas diarias de telenovelas.

Tal interés por producir este género de programas se entiende por el gran deseo de importantes empresas por anunciarse durante su transmisión.

"La telenovela, elevada a rango de tradición popular a través de dos décadas de constante superación, es uno de los logros más satisfactorios para Telesistema Mexicano y uno de los caminos más prácticos para establecer comunicación con el dinámico mercado femenino.

"Nuestra telenovela recoge temas más en la realidad doméstica que en la fantasía literaria, su gran poder promocional arranca de la genuina identificación del auditorio con los personajes electrónicos que viven en sus propios hogares.

"Y el anuncio dentro de la telenovela resulta singularmente capitalizable, en función del excelente estado de ánimo que ésta propicia, puesto que la emoción de la espectadora es par

te integral del espectáculo.

"Hasta podría decirse que nuestra barra de telenovelas es el mercado de consumo más organizado del país. Sus resultados definitivos constantemente atraen mayor número de anunciantes, enriqueciendo con su variedad el valor del escaparate ya alcanzado, en beneficio del público y del comerciantes".⁴⁵

Así, durante los años sesenta y los setenta, la televisión adquirió un desarrollo extraordinario. El enorme interés de las grandes empresas por anunciarse en la T.V. y la facultad que la LFRT - de 1960 otorgaba a los concesionarios de las televisoras -igual que a las estaciones de radio- para fijar libremente las tarifas que desearan cobrar por los servicios de sus estaciones, hicieron que dichas tarifas se elevaran a extremos insospechados. Conscientes de la importancia que la televisión tenía como medio de publicidad, capaz de acelerar notablemente el ciclo de circulación del capital⁴⁶ los concesionarios aumentan constantemente el monto de las tarifas. Así, por ejemplo, el costo de un anuncio de 60 segundos en el "horario AAA" del canal 2 en diciembre de 1968 era de ---- \$11,700.00; en septiembre de 1969, sólo 9 meses después, era de - \$13,470.00; en 1973, si era entre dos programas costaba \$18,600.00 y si era dentro de un programa \$22,500.00; en 1974 \$22,400.00 en el primer caso y \$28,000.00 en el segundo; en 1975 \$40,500.00; en 1979 si era en corte \$64,800.00 y si era dentro de un programa \$79,200.00; en noviembre de 1980 \$111,000.00 y \$129,000.00 en cada caso. Esto sin contar con las tarifas especiales correspondientes a programas como el fútbol o "Noche a Noche" en donde el corto de un minuto - cuesta \$156,000.00 y \$193,000.00 respectivamente.⁴⁷ (Datos de febrero de 1981).

Ahora bien, como ya se indicó, desde 1973 aproximadamente, la empresa Televisa (recien fundada),⁴⁸ se inició una etapa en la cual prácticamente todos los programas nacionales que los canales 2, 4, 5 y 8 del Distrito Federal y una gran cantidad del interior de la república transmitían, eran producidos por esta empresa, prescindiendo casi totalmente de los producidos por las agencias publicitarias. La nueva empresa observó que era mucho más ventajoso para ella producir sus propios programas y venderlos a los anunciantes que "vender" simplemente tiempo de estación para que productores ajenos a la empresa los programaran. Observemos este proceso.

Durante la década de los sesenta, dentro de las condiciones generales que regían el establecimiento de contratos entre los canales de Telesistema Mexicano y los anunciantes se estipulaba, en el punto 17, que los programas cuya transmisión se contratara con el canal podían ser grabados para su retransmisión en México o en el extranjero bajo las siguientes condiciones:

a) El patrocinador del programa podía ordenar, si así lo deseaba, la grabación del programa y el número de copias que necesitaba. En este caso debía cubrir el importe del material y servicios empleados para elaborar dichas copias. Además, debía cubrir las cantidades que, de acuerdo a la ley, debían otorgarse a actores, músicos, etc., por la retransmisión del programa. Por último, quedaba convenido que la retransmisión en México u otro país, solo podría hacerse en las televisoras con las que el canal donde se había realizado el programa tuviera convenios de mutua cooperación.

b) Si el patrocinador no deseaba tomar a su cargo la grabación del programa, la estación podía efectuarla libremente por su

cuenta. En caso de que el programa se retransmitiera, el patrocinador original tendría preferencia para anunciarse en el programa, ya fuera que dicha retransmisión se efectuara en México o en el extranjero. Esto sólo sería válido si el patrocinador daba aviso - por escrito al canal dentro de los siete días siguientes a la transmisión original de su deseo de anunciarse en la retransmisión del programa.

En caso de que no lo hiciera, el canal quedaba en libertad de emplear esa grabación con la única limitación de no utilizarla para la publicidad en televisión de artículos que fueran competidores del patrocinador original. Una vez efectuada la retransmisión patrocinada por otro anunciantes (repito, no competidor del primero) el patrocinador original tenía derecho a recibir el 50% de las utilidades netas que se obtuvieran con la retransmisión, recordando que quedaban a su cargo los gastos citados en el inciso "a".⁴⁹

Esto, como puede observarse, implicaba que si bien el canal - podía obtener algún ingreso de la retransmisión de los programas, estaba sujeto a una serie de restricciones que le impedían disponer libremente de las grabaciones; es decir, si bien la estación - podía conservar las grabaciones del programa y tenía una gran influencia en su distribución, retransmisión, etc., no podía obtener íntegras las ganancias que se desprendieran de la comercialización del programa. De ahí que Televisa decidiera hacerse cargo de la - producción de prácticamente la totalidad de los programas nacionales que transmitía.

Y si bien con ello la empresa pasaba a hacerse cargo directamente del pago de salarios de actores, músicos, derechos de autor,

etc., lo que haría aumentar el capital total desembolsado, todo - ello no implicaba una pérdida, sino al contrario. Veamos porqué:

En 1972, de acuerdo a las tarifas publicadas por Telesistema Mexicano, el que esta empresa transmitiera un programa de 54 minutos en "tiempo AAA" no producido por la empresa, le proporcionaba aproximadamente los siguientes ingresos: \$4,860.00 por alquiler de estudios y transmisión; \$75,600.00 por pago de la cuota por utilizar tiempo de estación -en el cual el patrocinador programaba sus "spots"- y \$41,400.00 por la eliminación del "corte intermedio";⁵⁰ es decir, un total -haciendo un cálculo sumamente conservador- de \$121,860.00.

Ahora bien, supongamos que la estación produce un programa y lo transmite en el mismo horario. En el se anuncia determinado producto cuyo fabricante también decide eliminar el corte intermedio. En este caso, el anunciante pagaría \$75,600.00 por tiempo de estación y \$41,400.00 por eliminación del corte intermedio. La empresa, por lo tanto, percibirá \$117,000.00. Dejaría entonces de obtener lo correspondiente al alquiler de estudios y equipo, pero a cambio de eso obtendría el dominio absoluto sobre la mercancía producida para retransmitirla, exportarla, etc., percibiendo íntegramente las ganancias que de ello se deriven. Además, al parecer, los ingresos por el alquiler de estudios nunca han sido de gran importancia para las estaciones de televisión. Por otro lado, los ingresos por alquiler de estudios no han dejado de ser obtenidos por las televisoras, pues las agencias de publicidad siguen empleando ese servicio para grabar anuncios comerciales que luego han de transmitir - en la propia estación.

Pero, además del beneficio económico que significa para las -
 televisoras ser ellas mismas las productoras de los programas, --
 existe también en ello una ventaja política. En efecto, el hecho
 de que las estaciones no produjeran sus propios programas las obli-
 gaba a establecer una estricta revisión de los programas que iban
 a transmitir. Esto se estipulaba claramente en las condiciones ge-
 nerales de tarifas:

"La estación se reserva el derecho de rechazar la publicidad
 de un producto o servicio, el tipo de programa o los artistas
 del mismo, cuando no satisfagan las normas generales de la ra-
 diodifusión, las internas de la estación, o cuando la actua-
 ción de los artistas hiera la susceptibilidad del auditorio;
 quedando enterado el cliente, en consecuencia, de que los ele-
 mentos artísticos que intervengan en las transmisiones debe-
 rán ser aprobados previamente por la estación".⁵¹

Asimismo, se estipulaba que:

"Cuando se infrinjan (...) las normas del Departamento de Su-
 pervisión de la estación, se podrá suspender la transmisión -
 en cualquier momento, teniéndose el derecho a cobrar por el -
 tiempo y programa contratados".⁵²

Produciendo ella misma sus programas podía tener un control -
 directo tanto del contenido de ellos, como del personal que inter-
 viniera en los mismos. Es decir, se eliminaba el riesgo de trans-
 mitir un programa contrario a la visión del mundo de los propieta-
 rios de la estación.⁵³

Con todo lo anterior, las estaciones comerciales obtuvieron -
 enormes ventajas económicas. Se expuso ya la afirmación de que --
cuando el anunciante o los anunciantes "compran tiempo", están pa-

gando en realidad el precio de la mercancía programa de televisión. Sin embargo, ocurre un fenómeno curioso: el productor de la mercancía (la estación), no la enajena, es decir, el comprador de la mercancía no la recibe nunca a cambio del dinero desembolsado, pues - formalmente lo que ha "comprado" es tiempo de estación y, por lo - tanto, no tiene derecho alguno sobre la mercancía programa de tele visión. Los derechos legales los tiene en exclusiva la empresa - que produjo el programa, (y esto puede verse cuando al final de los programas de Televisa aparece la leyenda "Derechos Reservados..."). De esta forma, la empresa puede vender el producto, sin enajenarlo, cuantas veces tenga oportunidad de hacerlo. Y aunque el contenido del programa grabado pueda pasar de moda o perder interés, siempre queda el recurso de "comercializar la nostalgia" para vender esta mercancía.⁵⁴ Se trata, pues, de una mercancía que cuando se transmite por vez primera (transmisión patrocinada por algún anunciante) realiza el plusvalor contenido en ella y cuando se transmite por - segunda o tercera vez, genera una ganancia extraordinaria a la -- empresa, pues ésta sólo efectúa gastos mínimos de transmisión (salarios de técnicos y empleados, desgaste de equipo, etc.). Todo - ello sin que la empresa tenga que enajenar esta mercancía, pues - aun en el caso de que una copia del programa sea vendida al extran- jero, siempre quedará la grabación original en poder de la empresa productora, la cuál, además, mantiene los derechos legales sobre - la retransmisión de los programas.

De ahí que no resulte raro que -dada esta forma de obtener ga- nancias- una empresa como Televisa disponga de una videoteca y una filmoteca tan vastas. Esto le permite retransmitir una y otra vez

programas y películas muchos de ellos viejísimos que ya han realizado su plusvalor muchos años antes y ahora son utilizados para - ilustrar las pantallas y hacer que la publicidad transmitida en la televisión -que es lo que más interesa a los anunciantes- no tenga el carácter grotesco que adquiriría si los anuncios pasaran solos en las pantallas. Pero, por supuesto, estos programas y películas viejas son todavía base para que la empresa obtenga elevadas ganancias.

Acerca de la fuente de los ingresos de las empresas televisoras, cabe hacer una última y muy breve consideración. Se refiere al grado de explotación de los trabajadores de estas empresas en - aquellos casos en los que no participan en la producción de programas, sino en la transmisión de un programa grabado o de una película. En este caso no producen valor, pero ello no implica que no - participen de una relación de explotación. Habría entonces que - observar, para calcular el grado de ella, el monto de los salarios de los trabajadores en un determinado periodo, considerar el número de proyecciones en las que participan durante él y el monto de los ingresos obtenidos por la empresa por este concepto.

Por todo lo visto hasta aquí, se explican las grandes ganancias obtenidas por Televisa en los últimos años. Por ejemplo en - 1979, alcanzó ventas por 4 600 millones de pesos, su programación llegó a 41 millones de personas y su capacidad de producción llegó a 25,276 horas de programación.⁵⁵ Asimismo Televisa es capaz de - obtener varios cientos de miles de pesos de utilidad en un solo - programa. Por ejemplo, el programa "Fiebre del 2", con un costo - de 400 mil pesos, proporcionaba a la empresa ingresos por aproxima

damente 1 millón 900 mil pesos.⁵⁶

Lo expuesto hasta aquí acerca de la fuente de los ingresos en la radio y la televisión no constituye, como es claro, un análisis exhaustivo. Ello, por sí mismo, sería tema para un extenso ensayo. Simplemente he querido presentar para la discusión un conjunto de tesis acerca de un problema poco tratado en México.

Ahora bien, el éxito económico de esta industria no ocurrió de manera fortuita. Fue, por el contrario, resultado de un conjunto de acciones políticas del gremio de los radiodifusores y también de una política favorable del Estado a través de diferentes gobiernos; pero, además, de la debilidad de las fuerzas revolucionarias y democráticas, únicas que podrían producir que la radio y la televisión tuvieran una orientación democrática. Pero la forma específica en que esto ha ocurrido es materia de los siguientes capítulos. Aquí sólo se ha tratado de proporcionar una visión general del problema a través de un conjunto de datos históricos, muchos de los cuales adquirirán una mayor significación conforme el lector de este trabajo vaya adentrándose en él.

N O T A S

1. La Primera legislación al respecto fue publicada el 25 de septiembre de 1931 en el Diario Oficial. Véase el capítulo IV de este trabajo.
2. Guzmán cuenta que incluso la XEW, en su primer año de vida, -- llegó a realizar intercambios de mercancías por tiempo de programación: "cuando XEW estaba en las calles de 16 de septiembre, tuvimos necesidad de alguna cantidad de tela para los estudios. ¡Y (al adquirirla) pagamos el 50% con publicidad! Pero nos dimos cuenta de que eso afectaba nuestra empresa. Porque si el comerciante vendía su artículo, nosotros debíamos vender el -- nuestro. Fue la única experiencia de esa clase de transacciones. Claro que el comerciante vendió mucho con nuestra propaganda, y algún tiempo después, llegó a tratar otra transacción similar. Y no le aceptamos". Radiolandia No. 279, 18 de septiembre de 1949, p. 25.
3. "La estación que por primera vez pagó a los artistas fue la -- CYJ en un programa patrocinado por RCA Víctor, cuyo costo, por una hora, era apenas de \$250.00. En él actuaban los maestros Mario Talavera y Alfonso Esparza Oteo y los cantantes María Teresa Santillán, Pedro Vargas y Francisco P. Yañez, con sueldos de \$10.00". "De la Galena a la T.V.", en Tiempo, 30 de enero de 1953.
4. Antena No. 1, julio de 1924, p. 18.
5. Al respecto, músicos connotados como el pianista Manuel Barajas y el director de la Orquesta Típica de la Ciudad, Miguel Lerdo de Tejada, coincidían en dar su apoyo al Sindicato de Filarmónicos. "El artista --decía Barajas-- necesita vivir de algo más efectivo que ilusiones; justo es que su trabajo sea ampliamente remunerado". Por su parte Lerdo de Tejada afirmaba: "yo -- creo que para los que principian, para los muchachos que todavía no tienen renombre, resulta ventajoso el anuncio que se --

les hace cuando toman parte en los conciertos de las estaciones transmisoras; pero (...) para los músicos profesionales, - los que trabajan para vivir, no es lo mismo. Ellos ya no necesitan de reclamo o lo necesitan menos que los otros. Lo que necesitan es dinero. Y si no se les paga por tocar no deben de hacerlo. En esto estoy absolutamente de acuerdo con el Sindicato de Filarmónicos. Además, debe tenerse en cuenta que se ha fijado una cuota mínima -quince pesos- por conciertos. De este modo, con tres o cuatro músicos, pagados a quince pesos - cada uno, podrán tener los números suficientes. No me parece que sea un gasto excesivo...". Ibidem.

6. Jorge Mejía Prieto, Historia de la Radio y la T.V. en México, p. 82.
7. Arturo Melgar, "El Desarrollo de la Radio en México", Radiolandia No. 458, 20 de marzo de 1954, p. 10.
8. Según el general Guillermo Garza Ramos, uno de los pioneros de la radiodifusión en México, Emilio Azcárraga Vidaurreta, propietario de la W, dijo un día a varios radiodifusores a finales de los años veinte: "Bien muchachitos, ya se han divertido con este juguete. Ahora va en serio, yo no tengo deseos de jugar, sino de hacer negocios". Citado por Felipe Gálvez Cancino en, Los Felices del Alba, p. 222.
9. Mayores datos acerca del surgimiento de la XEW pueden verse en el capítulo IV de este trabajo.
10. Amado C. Guzmán, director artístico de XEW, entrevistado por Ignacio Briones Torres, en Radiolandia, no. 279, 18 de septiembre de 1949, p. 25.
11. Othón Vélez, entrevistado en Boletín Radiofónico, No. 29, 19 - de septiembre de 1947, p. 9.
12. Ya desde el segundo lustro de los años treinta, los sistemas publicitarios en México tenían un avanzado grado de desarrollo.

El siguiente texto, escrito por Emilio Azcárraga Vidaurreta, - es una muestra clara de ello. En él se muestra la capacidad - que se tenía para anunciar determinados productos en ciertos - horarios y para dirigir esos anuncios a determinadas personas de acuerdo a su actividad: "Es indudable que la radio-publicidad nació hablando inglés. A ello se debe que el porcentaje - mayor de su terminología se encuentre en ese idioma. Nosotros hicimos, en México, el experimento para que hablase en español, mejor dicho en criollo.

.....

"No todos los productos pueden ser anunciados a la misma hora. Cada hora del día es propia para anunciar determinados artículos. Es tan impropio anunciar mole de guajolote a las 7 de la mañana -no se niega que existan héroes capaces de desayunar con él- como dar una conferencia de Economía Política o un curso de matemáticas a las 3 de la tarde, cuando se está en la digestión (...) El radio lleva en esto una enorme ventaja a la -propaganda impresa, porque sitúa los anuncios dentro las manecillas del reloj. Cuando éste marca la hora de comer, sugerir un plato de mole abre el apetito (...) De esto se desprende que cada hora del día y en cada hora cada programa, tenga su -auditorio con características muy especiales. En resumidas --cuentas, que el radio cumple mejor que otro medio de publici--dad con el viejo adagio que dice 'cada cosa a su tiempo'..."

.....

"El mayor auditorio con que cuenta el radio es femenino. La -importancia que tiene en el hogar un receptor (de radio) es -muy notable. Mientras la señora de la casa está dedicada a sus tareas domésticas, el receptor es un compañero que la ayuda a hacer menos pesadas sus labores. Y con la música que la dis--trae, las noticias comerciales que se incluyen en los progra--mas le sirven de guía, de orientación. De este modo se lleva a la práctica un procedimiento de ventas sincronizado, por decirlo así, con la misma actividad de la mujer en el hogar. Por ejemplo, mientras se hacen las amas, se prepara la comida, se arregla a los niños para ir al colegio, se revisa la ropa, etc.,

los anuncios sugieren la obtención de artículos nuevos para -- sustituir los que el uso va dejando inservibles. Los almace-- nes de ropa han comprendido esto en forma muy especial y, por lo mismo, saben que sus anuncios dirigidos por medio del radio, son mucho más eficaces que los anticuados 'anuncios de mano' que no sólo necesitan del repartidor, sino también de un direc-- torio, o bien tener la suerte de encontrar personalmente al po-- sible cliente. La mujer es, sin duda, el aliado más eficaz -- con que cuenta el radio. En último análisis, ella es también la que sugiere al marido la necesidad de hacer ciertas compras. Emilio Azcárraga Vidaurreta, "¿Es efectiva la publicidad por -- radio?", Banca y Comercio, No. 1, Tomo VII, lo. de enero de -- 1940. p.p. 19-22.

13. "Como el fin inmediato y (el) producto por excelencia de la -- producción capitalista es la plusvalía, tenemos que solamente es productivo aquel trabajo -y sólo es un trabajador producti-- vo aquel ejercitador de capacidad de trabajo- que directamente produzca plusvalía; por ende sólo aquel trabajo que sea consu-- mido directamente en el proceso de producción con vistas a la valorización del capital". Karl Marx, El Capital, Capítulo VI, (inédito), p. 77. Nada tiene de extraño, por otro lado, que -- se considere en este caso a los artistas (cantantes, músicos, actores, etc.), como trabajadores productivos: "Una cantante -- que canta como un pájaro es una trabajadora improductiva. En la medida en que vende su canto es una asalariada o una comer-- ciante. Pero la misma cantante contratada por un empresario (entrepreneur) que la hace cantar para ganar dinero, es una -- trabajadora productiva, pues produce directamente capital", -- Ibid. p. 84.
14. Aunque no dispongo de datos históricos para ejemplificar esto, si los tengo relativos a algunos programas de televisión de -- los años cincuenta, una época en que las condiciones de produc-- ción eran muy similares a las de la radio en el periodo a que me refiero. Por ejemplo, en el programa "Escenas Inmortales" que protagonizaron Maria Félix y Jorge Negrete, el patrocinador

pagaba 28 mil pesos por cada emisión. El sueldo de los dos - actores juntos era de 15 mil pesos por programa. A esto habría que añadir el pago por programa a los técnicos y demás trabaja- dores de la estación que intervenían en el programa y otros -- gastos de capital, también por programa, que de ninguna manera podían sumar los 13 mil pesos restantes. Véase Tiempo, 6 de - febrero de 1953, p. 39.

15. Radiolandia, 10 de enero de 1943, p. 5.

16. Una exposición más amplia acerca de las variaciones de las ta- rifas y de sus implicaciones económicas y políticas que éstas tienen para la industria de la radiodifusión, se incluye en el capítulo X de este trabajo. Sin embargo, cabe hacer aquí un apunte breve acerca de este asunto. De acuerdo a la LVGC de - 1939, la SCOP fijaba diferentes tarifas (mínimos y máximos) de acuerdo a las características (potencia, cobertura, etc.) de - cada estación o grupo de estaciones. Sin embargo, la economis- ta Virginia Salas Soto aclara que una cosa eran las tarifas -- aprobadas por la SCOP y otra los precios que, en los hechos, - cobraban las estaciones por sus servicios. Según apunta Salas Soto: "Las estaciones venden sus productos bajo el aspecto de servicios (sic) generalmente a comerciantes e industriales; los anuncios, que son los servicios que prestan, pueden ser por pa- labra o por tiempo fijo. Lo más frecuente es esto último". Virginia Salas Soto, Radiodifusoras Comerciales en México, te- sis, Escuela Nacional de Economía, s/f, El trabajo estudia el periodo 1940-1952.

Asimismo, existían tarifas para programas. En la práctica, se- gún Virginia Salas Soto, las estaciones utilizaban los siguien- tes criterios: "a) Potencia y prestigio de la radiodifusora; b) Duración del programa o anuncio; c) Hora en que es transmi- tido; d) Número de palabras de horario fijo; e) Lugar de ubica- ción de la estación". Ibidem. Finalmente, la autora citada aporta un dato interesante acerca de las tarifas: "El propieta- rio (de la estación) tiende siempre a que la tarifa aprobada -

(por la SCOP) sea la más baja posible, no porque quiera prestar un servicio a bajo precio para atraer clientela, sino para evadir el impuesto, en parte mediante el procedimiento de ocultar con su contabilidad, para los efectos oficiales, los excedentes realmente cobrados en relación a la tarifa aprobada. Por lo tanto, los precios permitidos a las estaciones no coinciden con los del mercado; éstos son más elevados". Ibid. p. 88.

17. Lo dicho hasta aquí acerca de la fuente de los ingresos de las estaciones radiodifusoras coincide con la siguiente afirmación de Virginia Salas Soto: "Los ingresos de una radiodifusora provienen de: 1) Explotación del elemento artístico; 2) Explotación del Departamento de Cadena; 3) Explotación de Estudios y Equipos; 4) Explotación de Grabaciones; 5) Por el arreglo de textos publicitarios; 6) Por la supervisión técnica de otras estaciones.

"La explotación del elemento artístico puede realizarse dando una concesión a una persona para que contrate artistas comprometiéndose esa persona a entregar a la estación un porcentaje de sus utilidades a la estación contratante, o bien la estación puede contratarlos directamente, lo que traerá como resultado que obtenga una máxima utilidad. Ibid., p. 99.

18. Horacio Niño Medina, Jefe del Departamento de Contabilidad de RPM, entrevistado por Angeles Soler, Radiolandia No. 104, 21 de julio de 1944, p. 6.
19. Radiolandia, 10 de enero de 1943, p. 5. Esta preferencia de los anunciantes por RPM era justificada así por Juan Durán y Casahonda, Gerente de Ventas de la empresa en 1942: "(el productor) del artículo 'X' desea encontrar o conservar su mercado en todo el país, y en la imposibilidad de ejercer un efectivo control en su publicidad por encontrarse su lugar de residencia en la capital, nos encarga de dicha publicidad (...) Nuestros técnicos estudian el producto, sus posibilidades de venta, las condiciones de cada región nacional como compradora del producto y, una vez que se ha hecho un minucioso análisis de todas esas

cosas que resultan de vital importancia se procede a la producción de un programa novedoso y atractivo que llene todas las exigencias y, mediante la perfecta organización que tenemos, esa compañía es desarrollada simultáneamente en todas y cada una de las estaciones de los estados que estratégicamente distribuidas en el territorio se encuentran afiliadas a nuestros sistemas representados en dos grandes cadenas: la cadena 'W' y la cadena 'Q' (...) Este ha resultado uno de los más efectivos medios de publicidad, tanto que es el que han adoptado las más importantes casas comerciales e industrias, las que actualmente son nuestros más entusiastas clientes". Ibidem.

20. Véase el capítulo VII de este trabajo.
21. Ver el cuadro incluido en el capítulo VIII de este trabajo.
22. Declaraciones de Clemente Serna Martínez a la revista Radio y Artículos Eléctricos, de E.U., reproducida por Radiolandia, -- No. 478, 3 de julio de 1954, p. 7. Además, según declaraba la propia empresa, al emplearse cinta magnética en lugar de discos, la distribución mejoró, pues aquella, aparte de sus ventajas técnicas, tenía menos riesgos en su transporte.
23. Radiolandia No. 388, 20 de noviembre de 1954, p. 9 y No. 492, 17 de diciembre de 1954, p. 5.
24. Ibidem, Subrayado en el original.
25. Radiolandia No. 554, junio de 1956, p. 17.
26. Según datos proporcionados en 1977 a la SCT por la compañía -- "Empresas J.L.S.A., el equipo básico para la instalación de radiodifusores de las potencias más comunes requería de las siguientes inversiones: a) potencia entre 250 y 500 watts, --- \$1,400,000.00 y en equipo automático y \$475,037.00 en equipo manual; b) potencia de 1 000 watts \$1,460,900.00 en equipo manual; c) potencia de 5 000 watts, \$2,000.000.00 en equipo automático y \$1,844,742.00 en equipo manual. En equipo de F.M. se

calculó que la inversión promedio sería de \$1,814,400.00, siendo \$758,600.00 para equipo de transmisión, \$928,200.00 para el sistema de automatización, \$64,800.00 para el equipo de enlace entre estudio y planta y \$62,800.00 para el equipo de control remoto. Datos recopilados en SCT "Regionalización para Planear el Crecimiento de la Radiodifusión en México (1977-82)" (Mecanografiado) p.p. 67-68.

27. Ejemplo de una organización radiofónica de este tipo es "Estrellas de Oro de Monterrey", propiedad de los señores Jesús D. González y Francisco González. Dicha organización posee la estación de XHAW-TV, Canal 12, y las radiodifusoras XEAW, XERG, XENL, XEAU, XETKR, XEIZ, XEG, XECT, XHJD-FM, XHPJ-FM. Además, posee una productora de "spots" y programas denominada Publicidad y Producciones S.A. (PYPSA), dedicada principalmente a la producción de "comerciales cantados" ("jingles"). La empresa tiene su propio coro, sus compositores musicales, etc., y ha realizado "jingles muy vendedores" como algunos para Pepsi Cola, Kloster y Dunlop. Incluso ha exportado a Brasil, por encargo de la estación PRB7 de ese país, "jingles" cantados en inglés. Véase Jorge Mejía Prieto, op. cit. p. 138.
28. Véase el capítulo X de este trabajo.
29. Circular dirigida por la CIR en junio de 1968 a sus agremiados; reproducida por Boletín Radiofónico-T.V. no. 749, 8 de junio de 1968, p. 5.
30. Hay que recordar, además que el Reglamento de la LFRT publicado en 1973 permite a las radiodifusoras comerciales dedicar el --40% de su tiempo de transmisión diario a la emisión de anuncios comerciales. Véase el capítulo XII de este trabajo.
31. Declaraciones de David O. Albert, productor de T.V., reproducidas en Boletín Radiofónico, 4 de julio de 1947, p. 12.
32. En marzo de 1954 la revista Radiolandia informaba que: "La Panamerican Television traera a México una serie de filmaciones

que contienen programas televisados en inglés y que serán do--
blados aquí al español para su retransmisión en nuestros cana--
les". Radiolandia, No. 461, 27 de marzo de 1954, p. 2. El --
resto de la programación en esa época no era muy diferente a --
la de hoy: deportes (especialmente lucha libre y futbol ameri--
cano) y toros; noticieros; programas de concursos ("adivine mi
chamba", el "Profesor Colgate", el "Memorámetro",); programas
de "variedades cómico-musicales" con actores como Nono Arzú, --
Sara García, Manolín y Shilinsky, Hermanas Caprino, Dicky y --
Biondi; programas para niños ("La Hora Infantil", "Llegó el --
Circo"); etc.

33. En 1952, el precio de los receptores de televisión era aproxi--
madamente de \$4,000.00. Ello provocaba que el número de apar--
tos vendidos al público fuera muy escaso. "Esto se refleja --
en la falta de publicidad en la T.V., principal fuente de sus--
tento de ésta (...); para que (la publicidad) sea posible, el
anunciante necesita que el medio publicitario en que va a anun--
ciar sus mercancías tenga un considerable radio de acción (...)
Pero si el medio de que se trata es limitado a unos cuantos --
factores, entonces resultará que el anunciante oponga reparos
y objeciones, evasivas y explicaciones para no anunciar en don--
de el éxito de lo que anuncia posiblemente sea muy problemáti--
co.

"Si no hay publicidad, pues naturalmente no hay programas, y --
si a pesar de todo los hoy, tienen que ser insuficientes como
se hace notar respecto a la actividad de que estamos hablando".
Editorial de la revista Radiolandia, No. 393, 16 de abril de --
1952, p. 3. Y, en efecto, como se afirma en el texto anterior
la publicidad en televisión era aún muy poca en esos años. El
gasto de publicidad en el año de 1952, que fue de 800 millones
de pesos, estaba distribuido así: radio 40%; prensa 30%; el --
30% restante se distribuía entre "publicidad directa", televi--
sión, "anuncios luminosos", cine, etc. Datos de la conferen--
cia "La Publicidad en México", pronunciada en el Town Hall de
Nueva York por el presidente de la Asociación Nacional de Pu--

blicistas, Juan Durán y Casahonda, el 6 de abril de 1954 durante el ciclo "México un Ejemplo de Progreso". Reproducida en Radiolandia No. 466, junio de 1954, p. 11.

34. Véase el capítulo IX de este trabajo.

35. El "kinescopio" era una máquina que filmaba en película cualquier tipo de programa de televisión, ya fuera originado en estudio o en "control remoto". El "kinescopio" podía reproducir la película 30 minutos después de haber sido grabada con sonido e imagen de muy buena calidad, pero no idéntica a la transmisión original. Podría grabarse simultáneamente imagen y sonido, algo que no podía hacerse en la filmación normal de películas. Esto reducía el costo del programa grabado en "kinescopio" a una tercera parte de los costos de filmación normal. Era, según el señor Fernando García García, del Departamento de Ventas de Cadena Radiodifusora Mexicana S.A., "ideal para fines de conservar la imagen y sonido de un programa de televisión para futuras proyecciones..."

"Si un programa de T.V. se grabara completo en película normal -continúa García García- el costo sería enorme, ya que a medida de mayor tiempo se requiere más cuidado de elaboración y -- más pies de película, amén de que el sonido, grabado por separado, requeriría un trabajo de laboratorio (para sonorizar)..". El "kinescopio" grababa en película de 16 mm en impresión directa positiva si quería utilizarse como película unitaria, o en impresión negativa para sacar después varias copias en positivo. "Desde el punto de vista de producción en T.V. -continúa García García- el kinescopio es una especie de documental audiovisual que sirve como escuela para corregir cosas malas que se observen en un programa, o también para reforzar las cosas buenas que necesitan mayor atención". Finalmente García García definía así el kinescopio: "técnicamente el kinescopio es la concepción moderna de lo que es para el radio la grabación en cinta o en disco de acetato". Datos de AGN, Ramo Presidentes (Adolfo Ruíz Cortines), Exp. 512-2/71.

36. Acerca de la fundación de Telesistema Mexicano véase los capítulos VIII y IX de este trabajo.

37. Las gestiones para adquirir máquinas de video tape se comenzaron a efectuar desde 1956. Según la revista Boletín Radiofónico: "México será, después de Estados Unidos, de los primeros países del mundo en utilizar equipos de cinta magnética para grabar programas completos de televisión. Estos equipos, hemos informado oportunamente, registran y 'guardan' simultáneamente los sonidos y las imágenes captadas por las cámaras electrónicas, de modo que pueden reproducirse en cualquier momento y a un costo sumamente bajo. Telesistema Mexicano (afirma) que el equipo necesario para esta clase de grabaciones ha sido solicitado a las casas manufactureras de Estados Unidos, que es el único país que las tiene en uso actualmente.

"En la propia Unión Americana ha aumentado en tal forma la demanda que los países extranjeros no podrán contar con el auxilio del maravilloso invento casi tan revolucionario como la -- propia televisión, hasta fines de 1957 o principios de 1958.

"El sistema de grabación por cinta magnética vendrá a desplazar al actual sistema de quinescopios y permite un mayor volumen de exportación de programas producidos en México con destino a países de la América del Sur y a la parte sur de Estados Unidos, es decir a los núcleos de habla hispana. Boletín Radiofónico, 12 de julio de 1956.

38. Radiolandia, No. 662, 23 de enero de 1959, p. 4.

39. Ibidem.

40. Ibidem.

41. Se trató del capítulo "Reencarnación" de la serie "Puerta de -- Suspenso". Radiolandia, No. 674. 17 de abril de 1959, p. 10.

42. Radiolandia No. 711, 15 de febrero de 1960, p. 4.

43. "...la producción de telenovelas a color es un aspecto más que

interesante en vistas a su trascendencia comercial de exportación, lo cual sin duda hablará mucho de la capacidad técnica de la televisión mexicana en mercados (extranjeros)." Boletín Radiofónico-TV. No. 739, 30 de marzo de 1968, p.p. 1-8.

44. Televisión, No. 57, mayo-junio de 1968.
45. Televisión, No. 66, noviembre-diciembre de 1969. (subrayado mío: FMB).
46. "El escaparate de todo lo que pueda comprarse con dinero está metido en casa, reduciendo la operación comercial al mero momento de adquirir la mercancía sin mayores preámbulos. El telespectador ya tiene hechas sus compras -en cuanto a decisión se refiere- cuando entra a cualquier establecimiento. Se verá, pues, que el ahorro de tiempo (...) beneficia a los comerciantes". Televisión, No. 55, enero-febrero, 1968.
47. Medios Publicitarios Mexicanos, ediciones correspondientes a las fechas señaladas.
48. Sobre la constitución de Televisa, véase el capítulo XII de este trabajo.
49. Véase Medios Publicitarios Mexicanos, agosto 15-noviembre 15 de 1966, p.p. 229-230.
50. "En los programas de una hora de duración, en canal hará un corte intermedio al finalizar la primera media hora. En los programas de más de una hora de duración se harán cortes intermedios cada media hora. En los cortes intermedios el canal colocará anuncios cortos no competidores del cliente que patrocine el programa. (El cliente patrocinador del programa tiene -- opción para comprar completo el corte intermedio). Medios Publicitarios Mexicanos, noviembre 15 de 1972, febrero 15 de 1973, p. 241. En el ejemplo se supone que el cliente compra el corte intermedio.
51. Medios Publicitarios Mexicanos, 1966, p. 229.

52. Ibid. Más recientemente, en 1973, estas restricciones persistían: "Cuando el cliente desee colocar programas producidos - por él mismo, presentará a Telesistema Mexicano una solicitud especificando detalladamente el contenido de los mismos". Medios Publicitarios, 1973, p. 241.
53. Acerca de la forma en que los concesionarios de la radio y la televisión lograron la facultad legal de decidir a quien prestar los servicios de radiodifusión, véase el capítulo X de este trabajo.
54. Es el caso de los programas, algunos de ellos con más de 15 - años de haber sido grabados que presentó Televisa en el segundo semestre de 1979 en el canal 4 con el nombre de "La huella de la imagen".
55. Proceso, No, 185, 19 de mayo de 1980, p. 15.
56. Véase Proceso No, 189, 16 de junio de 1980, p. 44

S E G U N D A P A R T E

(1920 - 1940: período de gestación y fortalecimiento
de la industria de la radiodifusión).

CAPITULO III

LOS ORIGENES DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO Y LA POLITICA DEL ESTADO

1) El Problema.

La radiodifusión en México surgió ciertamente en periodo con
flictivo; en una época de crisis económica y de inestabilidad po-
lítica.

Este hecho ha conducido a varios investigadores interesados
en analizar el origen y el desarrollo de la radiodifusión en nues-
tro país, a afirmar que las actuales características, eminentemen-
te comerciales de la radio y la televisión en México, tienen su
explicación en la circunstancia de que el Estado, debido a que se
encontraba ocupado en resolver problemas económicos y políticos -
mucho más importantes, desatendió a la radiodifusión, o bien que,
por no darse cuenta del potencial político y educativo de ella, -
cometió el error de dejarla en manos de los particulares.

Las siguientes afirmaciones son muestra de lo anterior:

"Cabe preguntarnos cuál hubiera sido la actitud del estado -
mexicano si la radio hubiera surgido en momentos de estabili
dad político y no precisamente cuando se sentaban las bases
del actual sistema político.

"De haber sido otra la época de gestación de los medios elec-
trónicos y de haberse previsto su poder de difusión, es posi-
ble que el Estado mexicano no hubiera confiado parte de la -
industria cultural al capital privado, nacional y extranjero,
siendo este último quien marcó la ruta mercantil a las prime

ras radiodifusoras".¹

O también:

"...el Grupo Sonora -Obregón, De la Huerta Calles- por aquellos días muy fuerte y homogéneo, descuidaba y descuidó por largo tiempo los medios de comunicación".²

Pero esta concepción no sólo se ha utilizado para explicar el origen de la radio en los años veinte. De hecho se ha convertido en la explicación generalmente aceptada del surgimiento de los medios de difusión electrónicos en el país. Así también se le emplea para explicar el surgimiento de la televisión en los años cincuenta:

"Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía conciencia de su significado. Si bien cabía el antecedente del régimen del presidente Cárdenas que intentó multiplicar la participación estatal en la radiodifusión al autorizar el desarrollo de la televisión comercial, el gobierno mexicano dejó en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social".³

Por último:

"Cuando se estableció en México la televisión, al mediar este siglo, el Estado decidió entregarla a la gestión de los intereses privados. Advertido tardíamente de la enorme fuerza de modelación representada por ese medio de difusión colectiva, en la última década ha comenzado una búsqueda del tiempo perdido para tratar de lograr una participación mayor en el hacer televisivo".⁴

De acuerdo a las afirmaciones anteriores habría que concluir

que la actual situación de la radio y la televisión en México no fue determinada por la forma específica que en el país asumieron aquellos fenómenos que, en última instancia, configuran el devenir histórico (el desarrollo de las fuerzas productivas, el carácter de las relaciones de producción vigentes en una sociedad, la lucha de clases y sus manifestaciones tanto en la sociedad civil como en el Estado, etc.), sino por un factor de carácter secundario: la voluntad de los gobernantes a través de distintas épocas. Esta, manifestada en descuidos y errores, habría permitido que la radiodifusión comercial surgiera en el país y se expandiera. Asimismo, esta concepción conduce a suponer que, de no haber sido -- por esos "errores" y "descuidos", es decir, si el Estado hubiera atendido a la radiodifusión en sus inicios y se hubiera decidido a desarrollar en relación a ella una política que fuera capaz de aprovechar las posibilidades de este medio para la difusión de la educación y la cultura, otra sería la situación de la radio y la televisión en México.

Sin embargo, el análisis del desarrollo histórico de la radiodifusión en México muestra que el surgimiento de la radiodifusión comercial en nuestro país y su consolidación, no se debió a esta supuesta desatención o a los errores del personal estatal, sino que, por el contrario, fue el proyecto económico-político impulsado por el Estado mexicano en los años veinte el factor fundamental que permitió (desde luego combinado con fenómenos tan importantes como el papel que ya desde esos años empezaban a desarrollar los medios de difusión en la reproducción ampliada del capital imperialista) que la radio fuese utilizada en gran medida -

con propósito~~s~~ de lucro.

Acerca del origen de la radiodifusión en México, se presentan a continuación tres planteamientos centrales cuya argumentación se encuentra desarrollada a lo largo de este capítulo:

a) El primer factor que hizo posible la existencia de la radiodifusión privada en México fue, aunque parezca obvio afirmarlo, la garantía misma de la existencia de la propiedad privada - consagrada en la Constitución de 1917; pero fundamentalmente lo fue la defensa celosa y decidida que el Estado postrevolucionario hizo siempre de este derecho. En la medida en que el contenido explícito del proyecto político del Estado no era el de transformar radicalmente la estructura social y económica del país, sino modernizarla a través de la limitación de las capas tradicionalmente privilegiadas y del impulso al desarrollo de nuevos propietarios⁵ (esto último, desde luego, con las limitaciones impuestas por el Estado mediante los artículos 27 y 28 de la Constitución, para "evitar que la propiedad privada derivara en latifundios y monopolios"), aquellos particulares que se interesaron en la radiodifusión tuvieron las garantías necesarias para invertir en ella. Y si bien en los primeros años de la década de los veinte las condiciones de inestabilidad política en que vivía el país y el rechazo del gobierno de Obregón a otorgar concesiones a extranjeros para que incidieran en esta actividad impidieron que se dirigieran a ella grandes capitales (originando con esto un escaso crecimiento de la misma) durante el gobierno de Calles y durante los regímenes del "maximato", se establecieron las bases de "confianza" - para que la radiodifusión comenzara a desarrollarse plenamente co

mo una industria fuerte. Además, en este último periodo se estableció la alianza entre el capital imperialista y el nacional que permitió el desarrollo industrial de la radiodifusión y resolvió el problema generado por el referido impedimento legal con que se enfrentaba el capital imperialista para incidir en la radiodifusión mexicana.

Sin embargo, si bien la posibilidad de la propiedad privada constituyó un factor fundamental, la base legal para el desarrollo de la radiodifusión comercial, no es lo único que determinó su existencia. Si únicamente de ello dependiera ésta, todos los países capitalistas la tendrían de manera dominante y el más leve de los análisis acerca de la situación de los medios electrónicos en el mundo demuestra que no es así. De ahí que sea necesario observar las causas políticas coyunturales que en el periodo 1920-1928 permitieron la existencia de la radiodifusión comercial y su fortalecimiento.

b) El Estado mexicano, durante el periodo obregonista nunca desatendió la radiodifusión. Por el contrario, durante cerca de tres años y con la supervisión personal del presidente, la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas estudio la forma más conveniente de desarrollar un sistema de radiodifusión nacional que evitara que esta actividad fuese monopolizada, como ya había ocurrido con los teléfonos y parte del sistema telegráfico, por empresas extranjeras. En ese periodo, especialmente en 1922, la SCOP recibió un gran número de solicitudes de empresas extranjeras y mexicanas para obtener concesiones con el fin de instalar cadenas de estaciones radiofónicas. Factores de carácter político y eco-

nómico (que veremos más adelante con detalle) ocasionaron que el gobierno obregonista se decidiera a impulsar un sistema de radiodifusión "mixto", en el cual el Estado debería tener a su cargo - estaciones que prestaran servicios noticiosos, de información meteorológica y transmitieran propaganda oficial y los radiodifusores privados tendrían a su cargo estaciones que prestaran servicios de noticias y conciertos con la posibilidad de obtener ingresos por ellos a través de la emisión de anuncios comerciales. Para propiciar el desarrollo de la radiodifusión en el país, era necesaria según la concepción del Estado, la participación de capitales privados (mexicanos, por supuesto) pues aquél no tenía la capacidad económica para instalar un número grande de estaciones y además carecía aún de un aparato administrativo eficiente para vigilar su operación. Para promover la participación de los particulares en la radiodifusión, el presidente Obregón lanzó, en enero de 1922, una exhortación a "todos los ciudadanos que estuvieran interesados en hacerlo" para instalar estaciones de radio, y, en adelante, a fin de ofrecerles garantías y facilidades, mantuvo con los primeros radiodifusores privados un contacto permanente negociando con ellos la creación de las condiciones jurídicas, administrativas y políticas necesarias para el desarrollo de la radiodifusión. Así, pues, es posible afirmar que esta no "nació comercial", sino que desde sus inicios en el país, el Estado contó con estaciones propias. Sin embargo, la radiodifusión comercial se desarrolló con mayor rapidez y fuerza a fines de los años veinte y principios de los treinta por dos razones fundamentales. En primer lugar porque, como ya se afirmó antes, contó con la --

alianza del capital imperialista lo que le permitió contar con -- fuentes de financiamiento crediticio muy poderosas y, en segundo, porque su carácter comercial propiciaba su reproducción ampliada. Las estaciones comerciales pueden multiplicarse conforme se multiplica el mercado interno, conforme aumenta el comercio, conforme crece la industria capitalista y se desarrolla la necesidad de - acelerar la circulación del capital mercantil. Están insertas en la dinámica del capital y su crecimiento depende del grado de desarrollo y las peculiaridades que el sistema capitalista asume en un país.

En cambio ¿cómo suponer que el Estado mexicano que apenas a fines de los años veinte iniciaba la modernización de sus aparatos administrativos pudiera contar con los recursos necesarios para instalar un gran número de estaciones propias que pudiera equipararse con el que desarrollarían los radiodifusores privados?

c) ¿Pudo el Estado surgido de la revolución de 1910-1917 - haber tomado bajo su control la radiodifusión y darle una orientación democrática, utilizándola para la educación, la difusión de la cultura, la información amplia de los problemas nacionales, - etc.?

Desde mi punto de vista no. Pero no por desatención o error. La orientación que un Estado da a la radiodifusión, no depende de la voluntad de los funcionarios del gobierno, sino de factores objetivos, especialmente de la correlación de fuerzas entre las clases sociales y de la forma en que éstas influyen en el proyecto - político del Estado. La existencia de una radiodifusión democrática depende básicamente del grado de avance que las fuerzas demo

cráticos y en especial la clase obrera y sus organizaciones mantie-
nen dentro de la correlación de fuerzas con respecto a sus enemi-
gos de clase. En el caso de México de los años veinte es claro
que ni durante el bonapartismo obregonista, y menos aún durante -
el gobierno de Calles, la clase obrera tuvo la hegemonía. Más -
aún, es claro también que en esa década y especialmente en el go-
bierno de Calles la política del régimen respecto a las manifesta-
ciones independientes y revolucionarias del campesinado y el pro-
letariado fueron reprimidas con suma violencia. Además, de no ser
algunas esporádicas manifestaciones de interés que algunos mili-
tantes de la izquierda (caso de José Allen, uno de los fundadores
del PCM)⁶ tuvieron hacia la radiodifusión, las organizaciones re-
volucionarias no elaboraron en ese momento (ni durante mucho tiem-
po después) un proyecto relativo a los medios de difusión electró-
nicos alternativo al que la burguesía empezaba ya instrumentar.
Esto, por supuesto, era resultado del escaso nivel de desarrollo
político e ideológico de la clase obrera y de sus organizaciones.
La burguesía, por su parte, tenía ya desde principios de la déca-
da una idea muy clara de lo que, sobre todo en el plano económico,
significaba la radiodifusión para sus intereses. Incluso la CONCA-
MIN dirigió en 1922 al presidente Obregón una carta en la que le
solicitaba se impulsara la "radio telefonía" pues esta podría --
poner en contacto los centros industriales de la República Mexica-
ná. Además, esta clase social iba paulatinamente, durante el cur-
so de la década de los veinte, adquiriendo una mayor influencia -
en el Estado y entrando en una plena coincidencia política con la
burocracia gobernante. Este proceso de afianzamiento de la bur--

guesía en el poder culminó durante el periodo en que Calles mantuvo directamente el gobierno del país o influyó en él. En ese periodo, la radiodifusión comercial se benefició notablemente en la medida en que el Estado se encargó de impulsar su crecimiento a través del establecimiento de las condiciones políticas necesarias para que importantes capitales se dirigieran a esta actividad, y de regularizar su funcionamiento a través de un conjunto de disposiciones jurídicas que fijaban con toda claridad los límites de la acción estatal en la materia y proporcionaban a los radiofusores las seguridades necesarias para invertir en este campo.

Así, pues, no fue "descuido" o "error" del Estado lo que permitió el surgimiento de la radiodifusión comercial en México y su ulterior desarrollo. Al contrario este desarrollo ha sido por completo coherente con las características que en México ha asumido la evolución del capitalismo y con las peculiaridades del Estado burgués en nuestro país. Pero, por supuesto, todas las afirmaciones hechas hasta aquí requieren de ser apoyadas por datos precisos. Estos se presentan a continuación acompañados de las reflexiones pertinentes.

2) El Gobierno de Obregón y el Surgimiento de la Radiodifusión en México.

a) El Proyecto del Estado.

Como se afirmó antes, el derecho a la propiedad privada, defendido celosamente por el Estado postrevolucionario, fue uno de

los factores fundamentales que hicieron posible el surgimiento de la radiodifusión comercial en el país.

Si bien es cierto que en el campo de la radiodifusión los particulares que poseen estaciones difusoras no son formalmente propietarios del espacio aéreo a través del cual se transmiten las ondas hertzianas, la propiedad privada se desarrolla en los hechos mediante las concesiones que el Estado les otorga para instalar y operar dichas estaciones. Esta práctica de otorgar concesiones para operar vías generales de comunicación comenzó a ser realizada desde el siglo XIX basada en la Constitución de 1857 que establecía la facultad del Estado para someterlas al régimen de concesiones, lo que en efecto empezó a ocurrir con los teléfonos y los telégrafos. En el caso de la radiotelegrafía (antecedente inmediato de la radiodifusión), ésta se declaró sujeta de ser utilizada con fines de explotación comercial a partir del 31 de octubre de 1916, mediante un decreto expedido por Venustiano Carranza que estipulaba que "no podrán establecerse ni explotarse en la República Mexicana estaciones radiotelegráficas sino es con autorización expresa del Gobierno Federal...".⁷

Pero aparte de la posibilidad jurídica de establecer estaciones comerciales de radiodifusión, ¿cuáles fueron las determinaciones políticas coyunturales que condujeron al gobierno de Obregón a impulsar la creación de este tipo de estaciones en el país?

Por principio, es útil recordar brevemente las relaciones -- que el régimen obregonista mantuvo con el imperialismo (especialmente el estadounidense) y la forma en que esta relación se vincula con el surgimiento de la radiodifusión.

Son muy conocidas las fuertes presiones a las que el gobierno de Alvaro Obregón estuvo sometido por parte de los países imperialistas que dominaban las áreas estratégicas de la economía mexicana; y muy conocida es también la actitud timorata y vacilante del gobierno que, temiendo incurrir en posturas radicales que movilizaran a las masas populares, terminó haciendo al imperialismo concesiones ignominiosas.⁸ Así, por ejemplo, el gobierno firmó los célebres tratados de Bucareli que "determinaron la estructura de la sociedad mexicana por muchos años. Los convenios de Bucareli - cerraron el camino de las nacionalizaciones. (Con ellos) una de las metas de los grupos más radicales que participaron en la revolución quedaba postergada y la dependencia de México con respecto al capital extranjero venía a reafirmarse".⁹ Tales concesiones fueron, sin duda, resultado de la política de un gobierno que sin atreverse a enfrentarse al imperialismo yanqui apoyándose en las masas fue cediendo ante las amenazas de aquel, el cual estaba decidido a conservar sus posiciones en México.¹⁰

Sin embargo, todo lo anterior no significa que el proyecto político del gobierno obregonista haya tenido un carácter proimperialista o que dicho gobierno hubiera abandonado todo intento de afirmar su autonomía con respecto al imperialismo. Al contrario, un objetivo del gobierno era desarrollar y fortalecer a la burguesía nacional para lo cual se hacía necesaria la aplicación de una política en la que la intervención del Estado en la economía fuera amplia. Además, se trataba también de "modificar el dominio del imperialismo sobre la economía del país o bien restringirlo"¹¹ Sólo una suerte de capitalismo de Estado podía enfrentarse "con -

éxito a los monopolios internacionales que cerraban las puertas - de las ramas que dominaban a los capitales mexicanos privados, en su mayoría pequeños o medianos".¹² Y si tal proyecto -que hubiera implicado un gran número de nacionalizaciones en áreas fundamentales de la economía- no prosperó por las causas antes anotadas, sí hubo algunos intentos -ciertamente aislado^s y débiles- por iniciar la recuperación de algunas áreas económicas importantes y por defender aquellos recursos de la nación que no estaban totalmente en manos del capital extranjero. Uno de estos intentos --- ocurrió en el campo de las comunicaciones eléctricas.

Como es bien conocido, las comunicaciones eléctricas en México estaban, desde fines del siglo pasado, casi totalmente en manos del capital extranjero.¹³ El servicio telefónico, por ejemplo, había sido concesionado en 1882, durante el gobierno de Manuel González, a la Compañía Telefónica Mexicana, subsidiaria de la Bell Telephone de Estados Unidos. Posteriormente, durante el gobierno de Porfirio Díaz, dicha concesión fue renovada (1903) y además se otorgó una concesión a la empresa sueca Teléfonos Ericsson, S.A. Por su parte, los telégrafos habían sido instalados en el país -- con la participación del capital extranjero, aunque en este caso el Estado fue obteniendo el control poco a poco. Al iniciarse la segunda década del presente siglo, el servicio telegráfico nacional era controlado por el Estado, pero el servicio internacional, de gran importancia, era controlado por la empresa alemana "Compañía del Cable".

Sin embargo, en marzo de 1923, actuando de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Constitución en el sentido de -

que "corresponde al Gobierno Federal el monopolio del servicio -- telegráfico", el gobierno de Obregón rescindió el contrato que tenía celebrado con esta compañía y se hizo cargo también del servicio internacional de telégrafos. Y fue de tal manera tajante esta decisión que el gobierno declaró enfáticamente no estar "dispuesto a hacer una nueva concesión a compañías extranjeras o mexicanas para la instalación de estaciones, puesto que ese servicio, de conformidad con la Constitución, debe estar controlado -- exclusivamente por nuestras autoridades y no por ninguna empresa particular".¹⁴

La decisión del gobierno se debió a que ya desde un año antes, en 1922, había empezado a recibir todo tipo de ofrecimientos de diversas empresas tanto extranjeras como "mexicanas" para operar los servicios relacionados con las comunicaciones eléctricas, especialmente la radiotelefonía cuyo auge era cada vez mayor. La propia "Compañía del Cable" había mostrado interés ya en obtener concesiones para "operar el servicio de radiotelefonía". Sin embargo, la negativa del gobierno fue definitiva y así el secretario de comunicaciones y obras públicas, Amado Aguirre, anunció, en una conferencia de prensa el 25 de enero de 1922, "al referirse al palpitante monopolio que pretendía establecer en México la Compañía del Cable, procurando adueñarse de toda clase de comunicaciones rápidas (...) que participaba de la opinión del C. Presidente de la República, o sea que cada ciudadano, si así lo creía conveniente era muy libre de instalar su propia estación y dar a conocer (...) su dimensión de onda y tranquilamente recibir y enviar mensajes".¹⁵

Lo anterior constituía evidentemente una exhortación a los particulares para que contribuyeran con el Estado en el objetivo de desarrollar una radiodifusión nacional. Esta participación -- del capital privado mexicano era, a juicio del Estado, necesaria pues -como ya se indicó- este no contaba con capacidad económica para instalar un número considerable de estaciones en diversas regiones del país y acusaba serios problemas administrativos específicamente en el campo de las comunicaciones eléctricas. Los siguientes datos ilustran esta afirmación. En 1920, el gobierno federal destinó a la radiotelefonía solamente la cantidad de \$250,000 de los \$243,799,749.90 que constituían el presupuesto asignado a la SCOP.¹⁶ Por otro lado, el sostenimiento de las estaciones radiotelegráficas con que contaba el gobierno en la época (27 en total) le resultaba sumamente oneroso. Por ejemplo, la más grande de esas estaciones, la radiotelegráfica de Chapultepec, tuvo que ser cerrada en febrero de 1923 debido a las altas cantidades que debían pagarse a la Compañía de Luz y Fuerza Motriz (de propiedad extranjera) por el consumo de energía de la planta. Dicha compañía cobraba inicialmente 100 pesos diarios por la alimentación de los motores eléctricos de la planta, pero posteriormente, debido a un arreglo con la ~~la~~ Secretarías de Comunicaciones y de Hacienda, la cuota bajó a 1,000 pesos mensuales. Situación similar ocurría en el resto de las estaciones del país.

Pero además del escaso presupuesto y los altos costos de mantenimiento, no existía una administración adecuada de los recursos de que disponía el Estado en esta materia.

Un ejemplo de ello es el de la compra de equipo para instalar

estaciones radiotelegráficas hecho por el gobierno de Obregón a la empresa Radio Corporation of America. El equipo tuvo un costo total de 105,738 dólares, y a pesar de haber sido contratado a principios de 1921, dos años después, en enero de 1923, el gobierno aún no recogía el equipo adquirido de las bodegas de la aduana de Veracruz. Y aunque ya había pagado tres cuartas partes de la deuda (es decir, 76,988 dólares) sólo había llegado a Veracruz -- una cuarta parte del equipo, pues la RCA no podía enviar al resto debido a que las bodegas de la aduana estaban ocupados por el -- equipo ya enviado. Por ello, el cónsul de México en Nueva York, Faustino Roel (subsecretario de comunicaciones cuando se efectuó el contrato), envió una carta al gobierno mexicano, a solicitud de RCA, para pedir que se pagaran los restantes 28,750 dólares y, además, 6,562 por gastos de flete, almacenaje y seguro que la -- empresa vendedora había cubierto, y los intereses por pagos atrasados ya vencidos que ascendían a 350 dólares mensuales.¹⁷ Y aunque el gobierno pagó la deuda no supo, al parecer, qué hacer con el equipo, pues en mayo de 1923 obsequió a cinco países centroamericanos otras tantas estaciones radioeléctricas. Sin embargo, en ese mismo año, la Dirección General de Telégrafos anunció que se procedería a cambiar el sistema con que se operaban las estaciones, que era "de chispa", por el de onda continua. Para ello se adquirirían de Alemania cuatro estaciones de onda continua cuyo costo sería de \$200,000.00. Al preguntar un reportero al Director de Telégrafos acerca de qué tipo eran las estaciones regaladas -- hacía apenas unos meses a 5 países de centroamérica, éste respondió que "de onda continua", con lo cual la incongruencia adminis-

trativa quedó de manifiesto.¹⁸

Otra muestra de esta ineficiencia administrativa, fueron los hechos que provocaron la destitución del Director de Telégrafos, Luis G. Zepeda, ocurrida en 1922. Este funcionario fue acusado por los empleados de esa dependencia de haber propiciado la "banarrota de telégrafos". Según los acusadores, Zepeda retrasaba los pagos del personal sin justificación, cambiaba arbitrariamente de puesto a los empleados, había cesado a todos los miembros de la Mesa Directiva de la Sociedad Mutualista de los trabajadores y otorgaba puestos a sus amigos. El presidente ordenó una auditoría y se comprobó un déficit de \$4,093.875.08.¹⁹

En tales condiciones, no resulto extraño que el Estado recurriera a solicitar la participación del capital privado en la radiodifusión. Sin embargo, antes de otorgar el primer permiso para operar una estación comercial en 1923, el gobierno de Obregón recibió, durante todo el año de 1922, gran cantidad de solicitudes para instalar cadenas de estaciones radiofónicas. Algunas de estas solicitudes provenían de empresarios extranjeros y otras de mexicanos.

Entre ellas destacan dos que a continuación se sintetizan:²⁰

La primera es la enviada por la "Compañía Radiotelefónica Nacional" a cuyo nombre los señores Atenodoro Herrera e Isauro Mendizabal, dirigieron al presidente Obregón, el 21 de agosto de 1922, un proyecto de contrato cuyas características fundamentales eran las siguientes:

Tras exaltar las bondades de la radiotelefonía en Estados Unidos "donde el gobierno no ejerce ningún control o monopolio en

los sistemas telegráficos, (y donde) todas las grandes casas comerciales, centros educativos y en numerosos hogares cuentan con aparatos que son empleados para intensificar operaciones comerciales, para hacer más fáciles y realizables los métodos de enseñanza, (etc.)..." la Compañía pedía al gobierno una concesión para establecer estaciones de radio en México, Monterrey, Durango, Chihuahua, Guadalajara, Hermosillo, San Luis Potosí, Morelia, Veracruz, Culiacán, Mérida y Oaxaca, para prestar, a través de ellas, el "servicio de propagación de noticias, conciertos, conferencias educativas, etc., al igual que las estaciones radiotelefónicas de Estados Unidos." Y considerando:

"Que el monopolio de la comunicación radiotelefónica pertenece al gobierno de la Federación por los términos expresos - del Artículo 28 de la Constitución Nacional";

Y que:

"...el Gobierno Federal tiene amplias facultades para dejar el uso de tal derecho a particulares o compañías mexicanas, siempre que el usufructo de tal derecho quede bajo la supervisión del Ejecutivo, conforme a las leyes y decretos vigentes en el Ramo de Comunicaciones, y siempre que tal uso no infrinja con las demás concesiones y vías de comunicación existentes";

solicitaban del gobierno que les expidiera:

"...una concesión por cinco años, de primer término y catorce años adicionales (...) para hacer uso del monopolio gubernamental de comunicaciones en toda la República Mexicana con el exclusivo derecho de erigir antenas radiotelefónicas de cualquier tipo o forma, para poner en uso y propagar la ra--

diotelefonía dentro del territorio nacional, en la inteligencia de que el privilegio o franquicia (solicitado) quedará - sujeto a la rigurosa supervisión y censura de la SCOP, y - sujeto, naturalmente, a los reglamentos que la misma expida".

A cambio de esto, la Compañía Radiotelefónica Nacional propo-
nía lo siguiente:

- 1) Establecería una sociedad anónima con un capital de --
\$500,000.00
- 2) Dotaría, de manera gratuita, a diversas escuelas de edu-
cación básica y a la Universidad Nacional de México de un recep-
tor con "magnavox" y se comprometía a proporcionar a las escuelas
del Distrito Federal el servicio educativo que pidiera la Direc-
ción General de Escuelas Oficiales del D.F.
- 3) Manufacturaría y vendería al público receptores de radio
cuyo precio no excedería de 100 pesos, aunque la compañía se re-
servaba el derecho de vender "aparatos de lujo" a un precio mayor.
De cualquier forma, el objetivo sería manufacturar tan pronto como
fuera posible aparatos cuyo precio fuera "razonable, para que al
poner (éstos) al alcance de todas las clases sociales, logremos -
el desarrollo rápido de la radiotelefonía en México".
- 4) Construirían la "Escuela Técnica para la Instrucción en
Radiotelefonía".
- 5). Establecerían en el territorio nacional, y a la mayor --
brevedad posible, talleres para la manufactura de aparatos recep-
tores, "pero mientras tanto la empresa (quedaría) autorizada para
importar del extranjero los aparatos y equipos que fueran neces-
arios para el desarrollo de su proyecto y para llevar a cabo su ne

gocio e instalaciones".

6) Emplearía, de manera mayoritaria, personal mexicano en la empresa y se comprometía a que al término de los primeros cinco años el personal extranjero no sería mayor del 1%.

7) Otorgaría al gobierno, al término de los 5 primeros -- años de funcionamiento de la empresa, el 25% de las utilidades netas de la conceción, "sin ninguna inversión ni responsabilidad" por parte de aquél.

8) El gobierno podría nombrar un interventor que supervisara todas y cada una de las partes del funcionamiento de la empresa y cuyo sueldo "correría a cargo de la Compañía Radiotelefónica Nacional."

Como puede observarse, se ofrecían al gobierno algunas prerrogativas sumamente limitadas, pero a cambio de otorgar facilidades extraordinarias a la citada compañía para explotar la radiodifusión en México y, lo que era más grave, a cambio de otorgar a un particular el monopolio para actuar en este campo. De ahí que el gobierno mexicano no diera una respuesta a los señores Herrera y Mendizábal, a pesar de que éstos insistieron durante casi dos meses para conseguir una audiencia con el presidente a fin de tratarle el asunto.

Ante esto, la Compañía Radiotelefónica Nacional dirigió a la SCOP un nuevo proyecto en el cual cambiaba muchas de las condiciones que proponía en su anterior proyecto de contrato para conceción, entre ellas su pretensión de obtener el monopolio radiofónico. En el nuevo proyecto hacían las siguientes modificaciones:

1) La compañía reconocía que su proyecto original "adolecía del vicio de inconstitucionalidad" el cual "hemos subsanado suprimiendo la petición de la exclusiva para efectuar el servicio, por ser contraria a la prohibición terminante contenida en el Artículo 28 de nuestro Código fundamental".

2) Se cambiaba la petición original de obtener una concesión por un total de 19 años, reduciéndola a 10.

3) Se dejaba claro que al término del contrato, todas las instalaciones hechas por los concesionarios quedarían a beneficio del gobierno, a menos que éste considerara oportuno celebrar nuevos arreglos con los concesionarios.

4) Se garantizaba que las estaciones que formarían la cadena radiofónica propuesta quedarían terminadas en su totalidad en un plazo de tres años.

5) La compañía se comprometía a "tener instalada y en producción" al término de un año, una fábrica para la manufactura de aparatos receptores. Al empezar a funcionar esta fábrica, el personal extranjero sería de 5% y quedaría eliminado al cabo de 5 años.

6) Solicitaban al gobierno que dictara "tarifas arancelarias adecuadas" (es decir bajas) para "proteger la naciente industria radiofónica", y, asimismo, que subvencionara a la empresa "con una cantidad equivalente al importe de los derechos arancelarios que la misma pague al gobierno por concepto de importación", tanto de sus aparatos al principio de operaciones como del material primo necesario para la manufactura de los mismos aparatos al quedar establecida su fábrica o talleres para en esa forma ayudarla mien--

tras instala y pone en plena producción su fábrica, e impulsar la propagación de este género de comunicación". A cambio de esto, - se ofrecía al gobierno el 20% de las utilidades brutas de la empresa a partir del tercer año de funcionamiento.

7) Finalmente, "para garantizar el cumplimiento de las obligaciones impuestas en la concesión" la compañía ofrecía constituir un depósito, en efectivo o en Bonos de la Deuda Pública, por la cantidad que el gobierno juzgase conveniente, además de la hipoteca general establecida sobre todos los bienes muebles o instalaciones de la empresa.

Aunque el contacto con los aspirantes a las concesiones era mantenido directamente por el general Amado Aguirre, Secretario - de la SCOP, el presidente Obregón se mantenía personalmente informado del curso de las negociaciones. En realidad, como ya vimos, otorgar concesiones en este campo estaba dentro de sus planes, pero el gobierno no deseaba precipitarse en aprobar o rechazar los proyectos de contrato para concesiones que se le presentaban. De seaba conocer varios. Por ello, el presidente ordenó al titular de la SCOP, en relación a la solicitud de la Compañía Radiotelefónica Nacional, lo siguiente:

"Estimare usted se sirva suspender todo trato relativo Radiotelefonía con señores Herrera y Mendizábal, pues han presentándose nuevas proposiciones".²¹

Estas nuevas proposiciones eran las del señor Luis G. Coindreau, quien el 3 de octubre de 1922 presentó un proyecto de contrato a fin de obtener una concesión para instalar una cadena de

radiodifusoras en el país. Este proyecto no era demasiado diferente al que habían presentado Herrera y Mendizábal. En general tenía la misma estructura y cláusulas muy parecidas a este, aunque mejoraba ligeramente las condiciones propuestas por la Compañía Radiotelefónica Nacional como si las conociera de manera exacta. Así, por ejemplo, mientras Herrera y Mendizábal pensaban instalar 12 estaciones, Coindreau propia 14; mientras aquellos pensaban -- instalarlas en 3 años, éste lo haría en 2; Herrera y Mendizábal -- ofrecían ceder gratuitamente al gobierno 160 aparato/receptores y pagar 50 centavos por cada aparato que vendieran (de los producidos en una fábrica que instalarían en tres años), Coindreau ofrecía 270 receptores y el 20% de los ingresos brutos que obtuviera por la venta de radios construídos en una fábrica que sólo tardaría 2 años en instalarse.

Coindreau ofrecía también al gobierno que en las horas que -- "el concesionario no utilizara las estaciones", la Dirección General de Telégrafos podría utilizarlas, sin costo alguno, para el -- servicio radiotelegráfico del público y del gobierno.

Por otro lado, quizá la diferencia principal entre los dos -- proyectos era que mientras Herrera y Mendizábal se proponían operar la estación "al estilo estadounidense", es decir obteniendo -- ingresos por la "venta de tiempo", Coindreau pretendía obtenerlos cobrando una tarifa a los "subscriptores del servicio de radiotelefonía".

Los dos proyectos, sin embargo, presentaban un serio inconveniente para el gobierno obregonista. Ambos (aunque Herrera y Mendizábal se habían retractado formalmente de ello) pretendían esta

blecer un monopolio en el cual tanto la producción de aparatos -- receptores como el "servicio de transmisión" estarían a cargo del concesionario. A cambio de esto, ofrecían al gobierno el pago de ciertos porcentajes o cantidades fijas de dinero según puede verse en los párrafos anteriores. Esto limitaba la participación del Estado a la simple supervisión de las estaciones, lo que se oponía por completo al proyecto obregonista el cual tenía el objetivo de que, en el caso de otorgar concesiones para instalar una cadena de estaciones, éstas fueran siendo compradas por el gobierno paulatinamente y que éste participara directamente en la administración de la cadena junto con el concesionario.²² Ninguno de los concesionarios contemplaba en sus proyectos esa posibilidad y esto era ya, por sí mismo, un obstáculo para obtener la concesión.

Pero, además de este impedimento, los dos proyectos tenían otros inconvenientes serios. El de Coindreau, por su parte, delataba en su contenido la posibilidad de que detrás de él se movieran algunos intereses extranjeros. Esto se percibía en la cláusula 18 del proyecto de contrato:

"Tanto las personas como los capitales relacionados con los negocios que establezca el concesionario en virtud de este contrato, estarán siempre sujetos a jurisdicción de los Poderes Federales, considerándose a los extranjeros que en ellos intervengan como mexicanos en todo lo relativo a los derechos y acciones y a sus medios de ejercicio..."²³

De ahí que el gobierno decidiera no proseguir las negociaciones con este aspirante a concesionario.

Por lo que toca al otro aspirante, la Compañía Radiotelefóni

ca Mexicana, sucedió que esta reveló tener un misterioso origen.

Después de haber realizado todo tipo de esfuerzos por agradecer al presidente, llegando incluso a instalarle gratuitamente un aparato receptor de radio en noviembre de 1922²⁴ y de haber protestado por todos los medios posibles por la decisión de Obregón de suspender las negociaciones con su compañía, los señores Herrera y Mendizábal entraron en la desesperación, lo que les condujo a perder de manera definitiva toda oportunidad de obtener la concesión que buscaban. Ocurrió que Isauro Mendizábal, que era en realidad empleado de la Dirección de Telégrafos,²⁵ trató de obligar, en diciembre de 1922, a su socio Atenodoro Herrera a firmar un escrito en el cual acusaban al Director de Telégrafos de haber recibido una cantidad de dinero a fin de que acelerara el arreglo de una solicitud de concesión que se oponía a la de ellos. El propio Herrera se encargó de delatar este hecho ante el presidente a través de un telegrama:

"Señor Isauro Mendizábal, pretendió anoche que firmase un escrito calumnioso contra Director General de Telégrafos. Si aparece mi firma mencionado escrito en caso de ser presentado a usted, declaro que es apócrifa, pues yo no tengo ninguna acusación que hacer contra el Director de Telégrafos".²⁶

Ante esto, el presidente Obregón, enterado del caso personalmente por el Director de Telégrafos, general López, ordenó al secretario de comunicaciones, Amado Aguirre que "si aún continuaba el citado Mendizábal como empleado de telégrafos", fuera cesado de inmediato, y cerró todo trato con la Compañía Radiotelefónica Nacional.²⁷

b) El Estado Impulsa el "Sistema Mixto" de Radiodifusión.

Todavía muy poco tiempo antes de otorgar los primeros permisos para establecer radiodifusoras comerciales, el gobierno de Obregón recibió un ofrecimiento de financiamiento para instalar una cadena de estaciones radiodifusoras. Este fue hecho por el general estadounidense Goethals y consistía en otorgar un crédito al gobierno mexicano el cual iría realizando los pagos correspondientes mediante las utilidades que fuera obteniendo con la explotación de las estaciones. Aunque en principio la oferta interesó a Obregón, quien incluso concedió audiencia a los representantes de Goethals, finalmente no hubo ningún acuerdo.²⁸

De esta forma, al no llegar a ningún acuerdo con todos estos aspirantes a instalar cadenas de estaciones de radio, el gobierno decidió impulsar la expansión de la radiodifusión a través de la fórmula que ya había anunciado en 1922, es decir, que el Estado instalara sus propias estaciones concediendo, por otro lado, facilidades a los particulares para que instalaran las suyas. Dentro de este sistema, correspondería a las estaciones del Estado "la difusión de noticias, de informaciones sobre el tiempo y pronósticos meteorológicos".²⁹ De ahí que en junio de 1923 Obregón aprobara un ambicioso proyecto presentado por Ramón P. Denegri, subsecretario de Agricultura, encargado del Despacho, para establecer grandes transmisoras en Monterrey, Chihuahua, Hermosillo, México, Guadalajara y Mérida. La intención era cubrir por medio de una red radiofónica todo el territorio nacional "para informar a los agricultores del estado del tiempo, los precios del mercado y otras noticias convenientes a sus actividades. (Sin embargo) la inicia-

tiva no pudo prosperar..."³⁰

Era tal el interés del gobierno por impulsar la radiodifusión que apenas empezaron a surgir las primeras estaciones con funcionamiento regular, se creó, en agosto de 1923, el Departamento de Radio dependiente de la Dirección General de Telégrafos de la SCOP. Asimismo, por orden del propio presidente, el gobierno donó aparatos receptores de radio a varias organizaciones sindicales: a la CROM, a la Federación Obrera Hidalguense (de Pachuca) y al Centro Obrero Progresistas (de Jeréz, Zacatecas); e hizo lo mismo con la Escuela de Ciegos y el Hospicio de Niños.

No obstante todo lo anterior, el gobierno obregonista solamente logró instalar pocas estaciones oficiales: la CZA y la CZZ en 1923 y en 1924 la CYE de la SEP.³¹

c) La Comisión Interamericana de Comunicaciones Eléctricas.

Hasta aquí se han apuntado en líneas generales los rasgos fundamentales de la política del Estado mexicano, durante el gobierno de Obregón, con relación a la radiodifusión; es decir, el proyecto del gobierno para impulsar un "sistema mixto" de radiodifusión acorde con los lineamientos políticos del Estado postrevolucionario y con las necesidades del momento político, tanto en relación al ámbito nacional como en lo que se refiere a la necesidad de hacer frente a la política imperialista en la materia.

A continuación haré referencia a uno de los actos fundamentales a mi juicio de la política obregonista en materia de radiodifusión. Se trata de la celebración en México, bajo el patrocinio

del gobierno del general Obregón, de la reunión constitutiva de la Comisión Interamericana de Comunicaciones (CIACE) en 1924.

El análisis de esta reunión tiene una gran importancia porque la forma en que se desarrolló y la posición adoptada por el gobierno mexicano en ella, muestran con claridad la actitud de oposición del régimen obregonista a los intentos imperialistas por mantener un dominio directo sobre las comunicaciones eléctricas (incluyendo la radiodifusión) en América Latina. En gran medida, como se verá más adelante, los acuerdos tomados en la CIACE constituyeron la base política sobre la que se apoyó la elaboración de la Ley de Comunicaciones Eléctricas expedida en 1926 por el gobierno de Calles.

Ya desde mayo de 1923 se había celebrado en Santiago de Chile una reunión interamericana para tratar el problema de las comunicaciones eléctricas en el continente. En esa reunión se había llegado a conclusiones muy importantes:

- 1) Que las comunicaciones eléctricas debían ser consideradas servicios públicos y por consiguiente debían estar "bajo la supervigilancia de los gobiernos".³² Al constituir servicios públicos, las comunicaciones eléctricas debían estar abiertas a "todos por igual, sin distinción de ninguna especie".³³ En los acuerdos de la reunión se recomendó a los Estados miembros de la Unión Panamericana que al reglamentar el funcionamiento de sus comunicaciones eléctricas tuvieran en cuenta lo anterior.
- 2) Establecer una Comisión Técnica Interamericana para "estudiar la cooperación que pueda establecerse entre los Esta

dos americanos en cuanto se refiere a las comunicaciones eléctricas". Esta comisión se llamaría Comisión Interamericana de comunicaciones Electricas (CIACE) y presentaría a la Junta Directiva de la Unión Panamericana las conclusiones a que llegara, con el fin de que dicha junta las sometiera a la consideración de los Estados miembros de esa Unión.

Como sede de la CIACE fue elegido México en la sesión del -- Consejo Directivo de la Unión Panamericana celebrada el 7 de noviembre de 1923. La proposición fue hecha por el secretario de Estado de los Estados Unidos y fue aprobada por unanimidad.

Con estos antecedentes, las sesiones de la CIACE fueron inauguradas por el presidente Alvaro Obregón el 27 de mayo de 1924. Las sesiones duraron tres meses y asistieron los 20 países que integran la Unión Panamericana. Finalmente, en la segunda semana de julio de 1924, se presentó a la asamblea un proyecto de convención, con las conclusiones a que se había llegado, para ser firmado por los participantes. Dicho proyecto constaba de 33 artículos de los cuales se reproducen a continuación sólo aquellos que constituyen su base política:

"Art. 2o. Las Altas Partes Contratantes reconocen que las comunicaciones eléctricas son parte esencial del servicio público y que, por consiguiente, deben estar bajo la supervigilancia de cada gobierno dentro de su respectiva jurisdicción";

"Art. 3o. Cada Gobierno se reserva, en principio, la administración directa de las comunicaciones eléctricas internas y se obliga a que las concesiones que otorgue para la explotación de las comunicaciones eléctricas (...) se sujeten a las

disposiciones de la presente convención y, en lo posible, a un régimen de libre competencia".

"Art. 4o. La dirección y jurisdicción que se ejerza sobre el servicio público de comunicaciones eléctricas, se procurará encomendar en cada Estado a una sola entidad administrativa de análoga organización en todos los países".

"Art. 9o. Las Altas Partes Contratantes se comprometen a realizar un servicio de difusión de carácter oficial, que se organizará de manera que sus informaciones se extiendan a los mares y países vecinos".

"Art. 12o. Las Altas Partes Contratantes reconocen que la -- Comunicación Eléctrica para el uso del público, ya sea nacional o internacional, debe estar abierta a todos por igual, sin distinción de ninguna especie".³⁴

Como puede observarse, el contenido de estas resoluciones -- coincidía plenamente con los principios de la política que en materia específica de radiodifusión practicaba ya el gobierno de Obregón: garantizar que el Estado mantuviera el control jurídico de este sistema de comunicación, pero con la posibilidad de otorgar concesiones a los particulares para explotarlo comercialmente.

Estos principios fueron sostenidos durante el transcurso de las sesiones por la delegación mexicana encabezada por el ingeniero Eduardo Ortíz, el licenciado Oscar Rabasa (quienes fueron electos, respectivamente, presidente y secretario de la convención) y el ingeniero Pedro Cota, y fueron apoyado por el resto de los participantes latinoamericanos, especialmente por las delegaciones de Argentina y Brasil. Como es claro, esta posición no significaba ningún riesgo de que el capital privado fuera desplazado del campo de las comunicaciones eléctricas, antes bien propiciaba su

ingerencia en él. Sin embargo, la delegación de Estados Unidos - se negó a firmar las resoluciones de la CIACE argumentando que éstas atentaban contra la propiedad privada en las comunicaciones - eléctricas y pugnaban por el control absoluto de ellas por parte del Estado.

Para protestar por estas resoluciones, el delegado de Estados Unidos, Allen H. Babcock, presentó un extenso escrito del que destacan los siguientes párrafos:

"La cuestión que ha surgido en esta conferencia es fundamental y es la siguiente: el ensanchamiento de las comunicaciones eléctricas bajo el principio de propiedad del Estado, - versus el desarrollo de las mismas comunicaciones bajo el régimen de propiedad y manejo privado.

"Los Estados Unidos de América, al mismo tiempo que reconocen los derechos de cada Gobierno para determinar su propia política con respecto a la propiedad y manejo de sus comunicaciones eléctricas, abogan por el principio de propiedad y dirección privadas, sujetas a una vigilancia justa y razonable -- por parte del Gobierno. Esta es la base sobre la cual los - sistemas tan extensos de comunicaciones de los E.U.A., se - han desarrollado. En los E.U.A. se adoptan medidas de protección de los intereses públicos, de acuerdo con el principio de que la vigilancia del Gobierno sobre las empresas privadas debe ser de carácter general y que no debe negar ni intervenir indebidamente en el derecho de administración que - es inherente a la propiedad privada.

"Los Estados Unidos de América creen que las comunicaciones eléctricas interamericanas podrían ser desarrolladas y mejoradas alentando la iniciativa privada y la inversión de capital en este campo de actividad. El capital invertido en los sistemas de comunicaciones eléctricas debe ser protegido de una manera adecuada y los propietarios no deben ser despoja-

dos de su propiedad sin justa indemnización".

Y después de manifestar su desacuerdo con las resoluciones de la CIACE, el delegado Babcock se negó a firmar la convención - pues a su juicio:

"1) Contiene disposiciones que tienden a establecer una unión permanente con el propósito de fomentar el régimen de propiedad del Estado en los servicios de las comunicaciones y de reglamentar las comunicaciones interamericanas en una forma que invade el derecho de administración inherente a la propiedad privada de dichos servicios..."

"2) Contiene en su texto las palabras 'administración directa' y otras de sentido semejante, sin fijar de una manera cierta y positiva que la vigilancia del Gobierno sobre las empresas debe ser general y no prescribir medidas detalladas de operación o intervenir en los derechos de los propietarios para manejar sus propiedades ni de ninguna otra manera retardar el desarrollo y ensanchamiento de las comunicaciones por empresas privadas".³⁵

Por lo tanto, el delegado de Estados Unidos afirmó:

"...yo no puedo adherirme a la idea de recomendar a la Unión Panamericana, una Convención que encierra principios contrarios a la política nacional de los Estados Unidos de América y que sustituye el control y manejo privado por medio del cual sus incomparables servicios de comunicaciones se han desarrollado..."³⁶

Resulta claro que los argumentos del delegado estadounidense Babcock, no correspondían "ni al espíritu ni a la letra" de las resoluciones de la CIACE. Sin embargo, sus temores (que eran también los de las grandes empresas dedicadas a las comunicaciones -

eléctricas) no eran infundadas. El hecho de que los países de la tinoamérica estuvieran de acuerdo en elaborar legislaciones sobre la materia en las cuales existiera la posibilidad de que cada estado mantuviera el control jurídico y político de las comunicaciones eléctricas operaba como un elemento que hacía desconfiar a quienes aspiraban a invertir directamente en esta actividad.

Tal interés en obtener directamente concesiones en los países de latincamérica era sumamente grande y constituía ya una necesidad para las grandes empresas estadounidenses del ramo. Para tener una idea de la importancia que la radiodifusión (por citar la forma de comunicación eléctrica que nos interesa aquí) tenía en Estados Unidos en los años veinte, es útil hacer mención de algunos datos publicados por la empresa Radio Corporation of America (RCA) en 1926. Según esta empresa, en 1921 existían 700 estaciones de radio, se hallaban en uso 60,000 aparatos receptores y se calculaba que existían 75,000 radioescuchas. En 1923 había 3 millones de aparatos receptores y para 1926 existían ya 6,500,000 aparatos de radio y la audiencia era de más de 25 millones de personas. La inversión en esta actividad se calculaba en 500 millones de dólares.³⁷ Por otro lado, ya desde el primer lustro de esa década, esta empresa tenía un plan muy ambicioso para instalar una gran cadena continental de estaciones de radio.³⁸ Pero esta expansión acelerada no era privativa de la radiodifusión; era común a todas las comunicaciones eléctricas.

De ahí que la posición estadounidense en la CIACE resulte fácilmente comprensible. Sin embargo, como ya se indicó, el proyecto de los gobiernos que con mayor vigor impulsaron las resolucio-

nes antes referidas (Argentina, Brasil y México) no era ni remotamente el de imponer en latinoamérica un régimen de propiedad es total en las comunicaciones eléctricas. Así lo mostraba la existencia en esos países de estaciones de radio privadas. Y así lo mostraron también las respuestas que los delegados de Argentina y Brasil dieron a las palabras de Allen H. Babcock.

El delegado argentino, Faustino E. Juárez, afirmó que el proyecto de convención de la CAICE no pretendía de ningún modo imponer restricciones al "esfuerzo privado", ni mucho menos entorpecerlo, y que consideraba que la participación de los gobiernos -- era necesaria para promover el desarrollo de las comunicaciones "sin menoscabo del capital privado, incluso extranjero".

Por su parte, el delegado brasileño dirigió una violenta respuesta a Babcock:

"Ni el espíritu del proyecto de convención contiene nada que pueda estorbar la acción de empresas privadas, bajo la supervigilancia de los Gobiernos que, de acuerdo a la resolución de Santiago hemos establecido, ni su letra, que es muy clara y permite la más amplia libertad de acción del esfuerzo privado en los países que suscriben el texto formulado.

"(En el proyecto) se establece en los términos más amplios - el principio de la supervigilancia que hemos votado en Santiago de Chile; de manera que el país en donde las comunicaciones eléctricas sean de la competencia casi exclusiva de - empresas privadas, puede suscribir esta Convención sin ningún temor de que esto perjudique al pasado, ni siquiera al futuro. Al pasado porque un nuevo convenio no puede tener efecto sobre los contratos privados o del Estado ya existentes; al futuro, porque la Convención es muy amplia".³⁹

Finalmente, las resoluciones de la CIACE que tanto molestaron a la delegación estadounidense fueron aprobadas y la convención que las contenía fue firmada el 21 de julio de 1924.

Estas resoluciones, y en general el desarrollo de las sesiones de la Comisión, muestran la lucha entre los dos proyectos que sobre la utilización de las comunicaciones eléctricas predominaban en el continente. Por un lado, el de las burguesías nacionales en ascenso que iban imponiendo su sello en las decisiones de cada Estado y que pugnaban por asegurar la "supervigilancia" de las comunicaciones eléctricas por los Estados nacionales tratando de reservar su usufructo para los empresarios nativos. Por otro lado, el del capital imperialista de Estados Unidos cuyo objetivo era el de monopolizar o controlar de manera efectiva el funcionamiento de estos sistemas de comunicación en la zona. En el proyecto estadounidense, el papel del Estado en el campo de las comunicaciones debía limitarse, de acuerdo al más puro liberalismo, a la emisión de leyes que rigieran el funcionamiento de esta actividad -vigilando su cumplimiento- pero sin oponer restricción alguna -y mucho menos de tipo económico- para el funcionamiento de las empresas privadas que se dedicaran a ella. Por lo tanto, las posibilidades que las resoluciones de la CIACE proporcionaban a los Estados latinoamericanos para decidir sobre el uso y la administración de sus comunicaciones eléctricas, no podían ser aceptables para las empresas de comunicaciones de Estados Unidos. - Implicaban el riesgo de que, como efectivamente sucedió por ejemplo en México en el caso de la radiodifusión, los Estados latinoamericanos reservaran las concesiones para operar comunicaciones

eléctricas a sus nacionales.

Sin embargo, estas actitudes "antiimperialistas" por parte de la mayoría de los países latinoamericanos no podían ser suficientes para detener la ingerencia del capital imperialista en las comunicaciones eléctricas; más aún, en muchos casos, como lo demuestran las intervenciones de los delegados de Argentina y Brasil, ni siquiera se deseaba eliminar la penetración del capital extranjero, sino que se invirtiera bajo ciertas reglas de tal forma que no desplazara a los empresarios nacionales interesados en este campo. Se trataba, pues, de medidas "antiimperialistas" sólo en el sentido de que se oponían al control absoluto de las comunicaciones eléctricas por parte del capital imperialista para permitir la participación de las burguesías nacionales en ellas y fundamentalmente, para reservar para los Estados la regulación y la "supervigilancia" de esta actividad. Pero no eran medidas --- efectiva y profundamente antiimperialistas y nacionalistas, es decir, medidas impulsadas por grandes movilizaciones populares y regidas por proyectos democráticos y progresistas con el objetivo de conseguir la independencia económica y política de un país. Se trataba, pues, de una posición normal en Estados que trataban de consolidarse y que, por lo tanto, requerían de una autonomía política respecto del imperialismo; una posición impulsada por las burguesías nacionales que reclamaban el derecho de intervenir en la dirección de la economía de sus países incluso sin descartar la alianza y el apoyo del imperialismo.

En el caso de la radiodifusión en México, se comprobaría un poco más tarde que, a pesar de que las concesiones para operar --

estaciones de radio eran reservadas para los empresarios mexicanos, la injerencia económica y política del imperialismo estadounidense en esta actividad no desaparecería y que el grupo empresarial que llegó a dirigir la industria radiofónica habría de desarrollar una política como la descrita en el párrafo anterior; es decir, reclamar el derecho exclusivo de los empresarios mexicanos para el manejo de la radiodifusión comercial en el país, pero acudiendo siempre a la alianza con el capital imperialista para expandir esta industria.

- d) Las primeras manifestaciones de organización por parte de los industriales de la radiodifusión: la Liga Central Mexicana de Radio.

Consecuente con el proyecto de radiodifusión que aquí se ha descrito, el gobierno de Alvaro Obregón otorgó en 1923 los primeros permisos para instalar radiodifusoras comerciales. Se extendieron por un año y estaban sujetos a renovación. En ellos se consignaba que las estaciones se destinarían a "radiofonía (divulgación y broadcasting (difusión))" y quedaban obligadas a las siguientes condiciones: guardar silencio de las 11 a las 13 horas y de las 17 a las 19 horas; mantenerse en una potencia entre 100 y 2000 watts y en una frecuencia entre 350 y 550 kilociclos. Por último, cada estación debía pagar un impuesto anual de la manera siguiente: las estaciones de 100 a 200 watts, 100 pesos; las estaciones con potencia mayor a los 200 watts debían pagar 50 centavos por cada watt adicional. ⁴⁰

Para ese momento, los radiodifusores del país habían comenzado a agruparse para constituir una organización a través de la cual promover sus intereses. Esta tuvo la peculiaridad de que habiéndose formado "para el intercambio de experiencias técnicas" e integrándose inicialmente tanto por radiodifusores que tenían aspiraciones empresariales en esta actividad como por aficionados y radioexperimentadores, no tardó en constituirse en la instancia encargada de elaborar y de expresar públicamente los proyectos de los radiodifusores con pretensiones comerciales. Esto, debido a que dichos radiodifusores ganaron rápidamente la dirección de esta organización y la convirtieron en su instrumento político. Tal proceso ocurrió, en términos generales de la siguiente manera:

El 6 de julio de 1922 el grupo promotor para la formación de la primera "Liga de Radiodifusores", dirigió a los aficionados a la radiotelegrafía y a la radiorelefonía una invitación para formar parte de la Asamblea Constitutiva de la Liga Mexicana de Radio. La asamblea tuvo lugar en el Colegio Francés y en ella fue designada la primera mesa directiva de la organización, la cual quedó integrada así: Presidente, Ingeniero Salvador F. Domenzáin; Secretario, Manuel Doblado M.; Tesorero, J. Pérez Lebrija y Vocales, José M. Velasco, José Peredo y Manuel Perusquia.

Posteriormente, el 18 de julio de ese año, en Filomeno Mata No. 10, se formó la primera lista oficial de miembros de la Liga, la cual constaba de 46 personas y se nombraron las comisiones legal y de propaganda.⁴¹

Siete meses después de fundada, la Liga Mexicana de Radio -- (O Liga Nacional de Radio) se reorganizó; elaboró nuevos estatutos y cambió su mesa directiva. En ella figuraban las siguientes

personas: Presidente, licenciado Vicente Lombardo Toledano⁴²; secretario J.N. Velasco; Tesorero Enrique Hubard; Vocal presidente del Comité Técnico, ingeniero Salvador F. Domenzáin y vocal presidente del Comité de Publicidad, profesor Felipe Sierra.

Al parecer, la Liga Mexicana de Radio nunca pudo constituirse como una organización sólida y estable. Incluso, según el testimonio de un testigo de la época⁴³ en marzo de 1923 estaba ya "desfalleciente". De ahí que en ese mismo mes se fundara una asociación de radiodifusores capaz de funcionar en el sentido antes descrito, es decir, capaz de elaborar y expresar los proyectos -- políticos de los radiodifusores.

Esta organización fue la Liga Central Mexicana de Radio (LCMR) y resultó de la fusión de tres organizaciones: la Liga Mexicana de Radio o Liga Nacional de Radio, el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. La iniciativa de crearla partió del ingeniero Modesto C. Rolland quien después de una conferencia pronunciada por el ingeniero Manuel L. Stampa en el Centro de Ingenieros el 6 de marzo de 1923, dirigió a los asistentes un discurso en el que exaltó la necesidad de formar un nuevo "Club de Radiotelefonía" que fuera capaz, en verdad, de impulsar el desarrollo de la "radiotelefonía" en el país.⁴⁴ Como veremos en seguida, la LCMR no era una simple asociación de aficionados a la radiodifusión, sino una organización a través de la cual los radiodifusores impulsaron y defendieron sus intereses. Pero además, según puede comprobarse al observar sus actividades desarrolladas durante el año de 1923, se trataba de una organización en la cual el impulso a la radiodifusión comercial era evidente.

En efecto, a los pocos días de fundada la LCMR comenzó una - intensa labor política con la finalidad fundamental de promover - la radio comercial.

Así, el 15 de marzo de 1923, "elevaron un memorial a la presidencia de la República pidiendo facilidades para impulsar y extender la radiotelefonía en México".⁴⁵ En él explicaban al presidente Obregón que en México no existían "estaciones radiotelefónicas" y pedían al gobierno facilidades para impulsar su instalación.⁴⁶

Muy poco tiempo después, en mayo de 1923, la LCMR presentó - al presidente -al parecer atendiendo a una petición de éste- un proyecto de reglamento para regir el funcionamiento de las estaciones de radio.⁴⁷ En él se proponían, entre otras cosas, las siguientes:

1) Que el Estado tuviera la "supervigilancia" sobre la radio difusión. A través de la SCOP controlaría el otorgamiento de permisos, el registro de las estaciones, la asignación de letras de llamada, el examen y la aprobación del personal técnico de aquellas, etc. Además el Estado quedaría facultado para revocar permisos, retirar licencias y ordenar la clausura o "desmontaje" de las estaciones en caso de guerra o emergencia.

2) Que las estaciones se clasificaran de la siguiente forma:
 a) estaciones del gobierno, que se dedicarían a "servicios oficiales; b) estaciones comerciales, que estarían destinadas a transmitir "mensajes privados mediante remuneración"; c) estaciones de servicio al público que transmitirían "especialmente programas educativos y de entretenimiento general incluyendo toda clase de in-

formación de interés público; d) estaciones de aficionados "manejados por personas que se dedican al estudio, experimentación e investigación del radio".

3) Que existiera un horario de transmisiones con las siguientes características:

a) Las estaciones del gobierno podrían transmitir todos los días y a cualquier hora, pero mientras no adoptaran el sistema de onda continua, no transmitirían 19:00 a las 22:30 horas, excepto en casos extraordinarios.

b) Las estaciones comerciales podrían transmitir todos los días y a cualquier hora.

c) Las de servicio público transmitirían todos los días, pero los lunes, miércoles y sábados no podrían hacerlo de las 19 a las 22 horas.

d) Las estaciones de aficionados podrían transmitir todos los días, pero no en el horario de 19 a 22:30 horas.

Este proyecto de reglamento muestra con bastante claridad -- cuál era la composición de la LCMR. En el documento se observa -- la intención de conciliar las diversas posiciones que en torno al manejo de la radiodifusión existían en el país. De ahí que se -- incluyera la clasificación de cuatro tipos de estaciones radiodifusoras que, a juicio de la Liga, abarcaba toda la gama de expectativas que los interesados en la radiodifusión tenían. Y estas expectativas podrían cubrirse, en opinión de la LCMR, en la medida en que el proyecto de reglamento permitía la posibilidad de instalar un tipo determinado de estación de acuerdo al interés particular de cada radiodifusor y de escuchar diferentes tipos de "mensa

jes" en el caso de los radioescuchas. Así, se contemplaban las - necesidades de radiodifusión del Estado, de aquellos que aspira-- ban a utilizar a la radiodifusión como negocio y de quienes tenían un interés básicamente científico y técnico en ella.⁴⁸ Asimismo parecía tenerse en cuenta la necesidad de que existieran estacio-- nes dedicadas a transmitir programas educativos. Pero no obstan-- te esta aparente atención a diversos sectores y necesidades, exis-- te en el proyecto una marcada tendencia a favorecer a la radiodi-- fusión comercial. Esto resulta evidente cuando se observa que en el horario de transmisiones propuesto en el proyecto de la LCMR, el de las 19 a las 22:30 horas quedaba prácticamente reservado pa-- ra las estaciones comerciales. Sin dar explicación alguna de es-- ta propuesta, se pretendía reservar para éstas, un horario en el - que habitualmente quienes poseían un receptor de radio lo encen-- dían. Además, era la mejor hora para efectuar las transmisiones, pues la probabilidad de interferencias era menor. Así, pues, re-- sultaba evidente que quienes iban ganando la hegemonía en la joven organización de los radiodifusores e influyendo de manera decisio-- ria en la determinación de sus proyectos eran precisamente quie-- nes aspiraban a desarrollar la radio comercial.

Otra intervención importante de la LCMR, en defensa de los - intereses de sus agremiados fue su enérgica oposición al impuesto que sobre la tenencia de aparatos receptores implantó el gobierno en junio de 1923. Este impuesto obligaba a los propietarios de - aparatos receptores a pagar 12 pesos anuales por esa posesión.⁴⁹ Esto contrariaba plenamente la posición que al respecto mantenía la LCMR que en su proyecto de reglamento proponía que el uso de

aparatos receptores no causara impuesto alguno al poseedor.

La LCMR acordó, en una "sesión plena", protestar ante el presidente, lo cual hicieron mediante un texto que le enviaron el 6 de junio de 1923. En él acusaban a la SCOP de cometer atropellos contra los aficionados a la radio. Afirmaban que seguramente no se había consultado al Departamento Técnico de la Dirección General de Telegrafos. Asimismo, manifestaban el presidente su "temor de que el (proyecto de reglamento) no hubiera llegado a sus manos. Y le pedían se "sirviera ordenar" que se suspendiera el impuesto dictado por la SCOP.

Sin embargo, a pesar de ser muy criticado,⁵⁰ el impuesto no fue derogado durante el gobierno de Obregón y el propio presidente se encargó de responder a la LCMR las causas de esa negativa. En su respuesta, Obregón anunciaba a los radiodifusores que había pedido informes a la SCOP y encontraba totalmente justificado el impuesto.⁵¹

Pero la LCMR no se limitó a la actividad estrictamente "político-gremial". También incursionó en el campo de la promoción publicitaria de la radiodifusión comercial. Con este objetivo organizó en junio de 1923 la Primera Feria Nacional de Radio. Este evento fue inaugurado por el presidente Alvaro Obregón y se llevó a cabo en el Palacio de Minería. En él participaron, haciendo demostraciones de sus aparatos, importantes empresas constructoras y distribuidoras de equipos de radio como la Hubard Bourlon, la Westinghouse y la compañía propiedad del inventor Lee De Forest.⁵² Durante los quince días que duró la Feria hubo concursos para fomentar el diseño y la construcción de aparatos de radio; también

durante ella se dieron las primeras muestras de "publicidad radiofónica" a través de la venta de los cigarrillos marca "Radio" -- (producidos por la fábrica "El Buen Tono") y de la repartición entre los asistentes a la feria de un refresco también denominado -- así.⁵³

La celebración de la Primera Feria Nacional de Radio fue, de hecho, la última actividad notoria de la LCMR. Al parecer la existencia de la liga no se prolongó más allá de 1924, año en que junto con el Centro Nacional de Ingenieros tenía el proyecto de inaugurar una estación de radio.⁵⁴ Sin embargo, su breve existencia mostró la importancia que en el futuro tendrían, para la defensa y la promoción de los intereses económicos y políticos de los radiodifusores, las organizaciones de este tipo.

e) El Crecimiento de la Radiodifusión durante el Gobierno Obregonista. -

Para la burguesía el desarrollo de la radiodifusión en el --

de los productos fabricados en ellos. Por ello, los industriales agrupados en la CONCAMIN dirigieron al presidente Obregón en 1922 una carta en la que explicaban su interés porque la radiodifusión se desarrollara en México aun sin importar qué empresa se encargara de la prestación del servicio. A la CONCAMIN le interesaba, - según este documento, el establecimiento y la rápida expansión de la radiodifusión, dejando a sus agremiados en libertad para competir por obtener una concesión:

"Varias empresas confederadas nuestras han solicitado (...) - permisos para establecer instalaciones de telefonía inalámbrica. Sometimos a la consideración de ellas (entre las que se encuentran la Compañía de Necaxa, la de Tuxpango, Puebla, la de Río Blanco, la de Santa Rosa de Orizaba y varias compañías petroleras) la idea de coordinar esfuerzos de todos y - sumar las gestiones a fin de organizar una red o sistema que prácticamente pusiese en contacto a todos los centros industriales importantes de la República."

"La Confederación de Cámaras Industriales, ni pide concesión ni desea exclusiva, ni tiene interés alguno en patrocinar la formación de la empresa que explote la red de teléfonos sin alambres. Se limita a ofrecer al Gobierno su influencia como asociación para que México cuente con esa ventaja que, al favorecer a la industria nacional, por ende, procuraría el bienestar económico del país. Nuestra misión es velar por el - desarrollo e impulso de la industria nacional y en este caso nos limitamos a coordinar los esfuerzos individuales en una acción común y organizada".⁵⁵

Y aunque la radiodifusión a principios de los años veinte no se desarrolló de una manera extraordinaria como era el deseo de la CONCAMIN, desde 1923 empezaron a aparecer las primeras estaciones

comerciales que constituirían la expresión inicial de lo que sería la industria de la radiodifusión: la CYL (propiedad de Raúl Azcárraga) la CYA, la CYZ y la CYB (de la compañía cigarrera de El - Buen Tono).

De éstas, las más importantes fueron indudablemente la CYL y la CYB. La primera de ellas se instaló en el Garage Alameda, en Avenida Juárez 62, y se inauguró el 8 de junio de 1923, después de varios meses de pruebas. Funcionó en colaboración estrecha con - el periódico El Universal, el cual patrocinó muchos de los primeros programas con la intención de asemejarse "a los grandes periódicos norteamericanos como el St. Louis Post Dispatch, el Kansas City Star Telegram y el San Antonio Express", que estaban "conectadas en forma exclusiva" con estaciones de radio.⁵⁶ A su vez, - la Cervecería Modelo patrocinó los primeros conciertos que transmitió la estación.

El propietario de la estación, Raúl Azcárraga había viajado a Estados Unidos a instancias del coronel estadounidense Sandal S. Hodges, -quien lo había convencido de la conveniencia de instalar una estación de radio- para adquirir una planta transmisora de la empresa RCA y "varios cientos de receptores de galena" para -- vender en México. De esta forma, Azcárraga instaló en México, en el mismo local de Avenida Juárez 62, una estación de radio y una tienda de artículos para radiofonía a la que llamó La Casa del Ra dio.⁵⁷

Esta negociación se dedicaba, además de la venta de aparatos de radio y refacciones, a la reparación e instalación de receptores y a vender instructivos para armar estos aparatos y diagramas

de los mismos. Y aunque sus condiciones de venta no eran precisamente favorables a los clientes,⁵⁸ sus ventas fueron bastante cuantiosas apenas se hubo instalado. Uno de sus principales clientes fue la Presidencia de la República, la cual compró durante los últimos meses de 1923 y primeros de 1924 una buena cantidad de aparatos receptores.⁵⁹

Por su parte la CYB, propiedad de la empresa cigarrera "El Buen Tono" cuyo capital inicial era de origen francés,⁶⁰ inició sus transmisiones el 16 de septiembre de 1923. La estación era dirigida por el senador José J. Reynoso quien también era gerente general de "El Buen Tono".

En ese mismo año se instalaron también otras estaciones cuya duración fue efímera. Entre ellas destacan la "JH", inaugurada el 19 de marzo de 1923 y dirigida por el general Fernando Ramírez y José de la Herrán, que contaba con el patrocinio de la Secretaría de Guerra y Marina. En Monterrey, igualmente, funcionaba la estación C40 de Constantino de Tárnava quien la había instalado desde 1921. En ese año de 1923, se invirtieron, según datos de la SCOP, un total de \$160,867.82 en esta actividad.

Para 1924 se instalaron las estaciones CYE de la Secretaría de Educación Pública, la CYX del periódico Excélsior.

3) La Radiodifusión Durante el Gobierno de Calles.

Aunque ni en el régimen obregonista ni durante el gobierno de Calles la radiodifusión pudo desarrollarse con la magnitud con que habría de hacerlo poco tiempo después, sí fue durante el lap-

so transcurrido entre 1920 y 1928 cuando se sentaron las bases políticas y, en gran medida, las bases jurídicas que garantizarían el desarrollo de la radiodifusión comercial. Como ya vimos, durante el gobierno de Obregón el Estado mexicano estableció el sistema de radiodifusión "mixto" que permitió el acceso de los particulares a la utilización comercial de la radiofonía. Sin embargo, la inestabilidad política que caracterizó a este régimen provocó que, además de los obstáculos objetivos para la inversión en la radiodifusión (ocasionados por la falta de capitalistas mexicanos poderosos que se interesaran en esta actividad y por los impedimentos que la política obregonista en este campo oponía a la inversión extranjera), no existieran las condiciones subjetivas ("falta de confianza") para que nuevos capitales se dirigieran a la radiodifusión comercial. Así lo expresaba uno de los primeros radiodifusores comerciales al explicar su apoyo a la candidatura de Plutarco Elías Calles:

"Mi planta transmisora decidió apoyar a Calles porque el gobierno de Obregón había sido bastante inestable. Don Plutarco Elías, en cambio, ofrecía más garantías, y más esperanzas. Por eso lo apoyó. De ahí que los micrófonos de la CYL estuvieran a sus órdenes durante su campaña política en pos de la representación nacional".⁶¹

Esta confianza en Calles estaba plenamente justificada pues fue justamente el periodo en que éste tuvo el control directo o indirecto del gobierno (1924-1934) cuando la burguesía se consolidó políticamente y adquirió una gran influencia en las decisiones del Estado. A diferencia del bonapartismo obregonista que canali

zaba principalmente las aspiraciones de un solo sector o fracción de la clase dominante (la nueva burguesía rural surgida de la -- alianza entre agricultores capitalistas y la pequeña burguesía enriquecida en los años veinte) el gobierno de Calles expresaba ya con toda propiedad "los intereses de toda la burguesía en tanto -- que intereses generales y modernos." ⁶² El desarrollo del capitalismo en México requería de un Estado nacional estable que fuera capaz de dar cohesión a las diferentes fracciones burguesas. Calles emprendió una serie de medidas que permitirían a la burguesía encontrar un camino más fácil para reproducirse como clase dominante: la modernización del sistema fiscal y financiero, la centralización y concentración del poder (con la fundación del PNR, en -- 1929).

Medidas como la creación del Banco de México (1925), el aumento en la construcción de vías férreas y la ampliación del sistema de irrigación fortalecieron el papel del Estado en la economía y ayudaron al desarrollo del país. Con ello Calles mostraba a la burguesía que el Estado era capaz de administrar los intereses de aquella y conducir el desarrollo capitalista del país con eficiencia. ⁶³

En el campo específico de la radiodifusión, el periodo en -- que Calles detentó el poder o mantuvo influencia en el gobierno, se significó justamente por el decidido impulso a la radiodifusión comercial y por iniciar la regularización de su funcionamiento a través de la expedición de las disposiciones jurídicas necesarias y el otorgamiento de las garantías políticas suficientes para que importantes capitales se dirigieran a esa actividad. Así en el --

periodo 1924-1934 se expidió la primera ley que contenía la política general del Estado en materia de comunicaciones eléctricas (incluida la radiodifusión) en 1926 y las primeras leyes y reglamentos específicos sobre radiodifusión (1931-1933). Este conjunto de disposiciones jurídicas estableció de manera explícita los límites y las características de la acción estatal en la radiodifusión y las garantías legales específicas para los particulares que desearan dedicarse a esta actividad. Asimismo en ese periodo se empezaron a instalar las primeras emisoras importantes a partir de cuyo establecimiento es posible hablar de una verdadera industria de la radiodifusión en México. Sin embargo, esto es materia del siguiente capítulo. Aquí sólo he de exponer lo sucedido en el periodo presidencial de Plutarco Elías Calles. Pero lo dicho aquí acerca de la confianza que los radiodifusores tuvieron siempre en el llamado "jefe máximo" y su benéplacito por la orientación que iba tomando la política estatal, queda comprobada al leer la siguiente opinión de otro pionero de la radiodifusión:

"En esos años de los albores de la radiodifusión hubo muchos cambios en México. Se dio impulso a la educación y a la industria. El campo empezó a ser objeto de profundas reformas y sólo se invertía eso a los ferrocarriles. También se abrieron nuevos caminos. No quedaba más remedio que respetar al gobierno. Se lo merecía.

Entre 1924 y 1930 el país vivió años de gran optimismo. De ahí que todos pensáramos que las cosas marchaban bien. - Esos años fueron verdaderos ejemplos de orden, a pesar del movimiento cristero y del último intento de un cuartelazo, - el levantamiento de Escobar. En esa época se fundó el PNR, hoy PRI, y en su seno todos entraron al redil. La flauta es

taba siendo tocada bien, así que comiendo bien, todo en paz. La revolución estaba en marcha".⁶⁴

a) La Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926.

Como afirmé antes, la CIACE, en 1924, constituyó un evento - en el cual se afinaron las bases políticas sobre las que se fundó la política del Estado en el campo de las comunicaciones -- eléctricas. Asimismo, afirmé que los acuerdos a que se llegó en esa comisión fueron incluidos en la Ley de Comunicaciones Eléctricas (LCE) de 1926.

En efecto, la confrontación de los artículos principales de la LCE con las resoluciones de la CIACE, permite comprobar lo anterior. En esta ley quedan contenidos los principales postulados de la CIACE: la "supervigilancia" del Estado sobre las comunicaciones eléctricas, la definición de éstas como servicios públicos, - etc.

La promulgación de una ley que rigiera el funcionamiento de la radiodifusión era ya en esa fecha sumamente ~~nece~~ necesaria, pues aun cuando no existía todavía una gran cantidad de estaciones en el - país (sólo 11), sí era previsible una expansión acelerada de esta actividad en poco tiempo. Incluso, a pesar de ser pocas las estaciones se habían comenzado a generar problemas a causa de las continuas "invasiones de frecuencias" que se producían entre las difusoras. Esto provocó que el gobierno recibiera constantes peticiones para que se reglamentara el funcionamiento de la radiodifusión. El siguiente telegrama dirigido por Raúl Azcárraga al presidente Calles en mayo de 1925 es muestra de esto:

"El Universal y La Casa del Radio, juntamente con millares de aficionados protestamos por invasión tiempo sin límites - hácenos estación Radio Instrucción Pública, no obstante tener dos años difundiendo conciertos culturales pro-México, - teniendo previo permiso y contribuciones adelantadas por resto de año. Principales estaciones radiodifusoras y radiotécnicos, juntamente con representantes Gobierno gustosos estamos dispuestos a cooperar en su reglamentación".⁶⁵

De ahí que, en 1926, Calles solicitara al Congreso de la Unión permiso para expedir una "Ley de Radiocomunicación". Este respondió afirmativamente en febrero de ese año otorgando al Jefe del Ejecutivo un plazo de tres meses para expedir la ley.⁶⁶ Sin embargo, la ley expedida por Calles (la Ley de Comunicaciones Eléctricas, publicada el 24 de abril de 1926) no versó solamente sobre radiodifusión (incluso la parte relativa a ésta, el capítulo VII, es sumamente estrecha), sino en general a todo tipo de comunicaciones eléctricas.

En esta ley es evidente el interés del gobierno por dar categoría legal a los principios que, como ya he apuntado, constituían el fundamento de la política del Estado en esta materia: la "supervigilancia" del Estado sobre las comunicaciones eléctricas, la definición de éstas como servicios públicos, la facultad del Estado para otorgar concesiones para su explotación comercial, etc.⁶⁷

Así, en artículos como el 4o, 5o, 10o y 15o entre otros, se estipulan las facultades del Estado para autorizar el establecimiento y operación de instalaciones de comunicaciones eléctricas, para otorgar concesiones a particulares, para suspender el funcionamiento de las instalaciones de comunicaciones eléctricas y tomar

posesión de ellas en caso de guerra o emergencia,⁶⁸ etc. Todo es to estaba en completa concordancia con lo establecido en los artí- culos 2o y 3o de la convención de la CIACE.

De la misma forma, en el artículo 69^a se establecía la exis- tencia de instalaciones de comunicaciones eléctricas dedicadas al servicio público. Estas, al igual que lo establecía el artículo 12^a de la CIACE, no podrían negarse a transmitir los mensajes que les fueran presentados para tal fin. Además las tarifas por el - servicio debían ser fijadas por la SCOP.

Finalmente, se legalizaba la política diseñada desde el go- bierno de Obregón y defendida en la CIACE por la delegación mexi- cana: reservar el manejo de las comunicaciones eléctricas a los - nacionales de cada país. Y, en efecto, la Ley de Comunicaciones Eléctricas determinaba que las concesiones para el establecimiento y manejo de instalaciones de comunicaciones eléctricas se otorga- rían solamente a ciudadanos mexicanos.

Pero si bien la LCE facultaba a los particulares para emitir mensajes, el Estado tuvo mucho cuidado de establecer los límites a que debían sujetarse las emisiones. En primer lugar quedaba -- prohibido a las estaciones transmitir aquellas emisiones no diri- gidas al público que por cualquier motivo fueran captadas por -- ellas (Art. 13) y, fundamentalmente, quedaba prohibido transmitir noticias o mensajes cuyo texto fuera contrario "a la seguridad -- del Estado, a la concordia, a la paz, o al orden público, a las - buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del len- -- guaje, o que causen escándalo o ataquen en cualquiera forma al go- bierno constituido o a la vida privada, honra o intereses de las

personas, o que tengan por objeto, manifiestamente la comisión de algún delito o que obstruyeran la acción de la justicia" (Art. 12o subrayados míos: FMB).

De esta manera el Estado extendía al campo de la radiodifusión el control que ya mantenía sobre el conjunto de la sociedad civil. Los medios electrónicos quedaban, desde ese momento, cerrados para la expresión política de las diferentes fuerzas sociales a excepción de la burocracia gobernante.

En efecto, durante muchos años privó en las leyes mexicanas relativas a la radiodifusión la prohibición implícita (como en este caso) o explícita (como en el de los reglamentos expedidos desde 1933 hasta 1960) de hacer política a través de este medio de difusión. Con esta medida, la burocracia gobernante logró mantener por muchos años a la radiodifusión al margen de los intentos por darle una utilización política realizados por las diferentes fuerzas del país. Sin embargo, las clases sociales y las fuerzas políticas fundamentales de la sociedad habrían de reclamar paulatinamente su derecho a expresarse políticamente a través de este medio. Pero la eficacia y la intensidad con que lo hicieron fue muy diferente en cada caso. La burguesía, fortalecida económica y políticamente especialmente a partir de los años cuarenta, empezó, justamente en esa década, a reclamar su derecho a la expresión política a través de la radio y, en gran medida, a conseguirlo y a ejercerlo. La clase obrera y la izquierda, sujetas en un caso al control estatal, y a la represión, la persecución y al despojo de sus derechos políticos en el otro, han empezado a exigir ese derecho apenas muy recientemente.

Como ya se apuntó, en la Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926, es evidente la intención estatal de legalizar los lineamientos políticos trazados desde la CIACE e incluirlos en una ley general que determinara los límites de la acción del Estado y de los particulares en este campo. De ahí que muchas cuestiones de tipo técnico no se abordaran y se dejaran para ser incluidas en reglamentos específicos o en disposiciones que la SCOP emitiría posteriormente. Tal fue el caso de la radiodifusión a la cual esta ley sólo se refería específicamente (de manera muy breve) en el capítulo VII. En él se define a las radiodifusoras como "las instalaciones establecidas para la divulgación de conferencias, conciertos y noticias varias"; se dedica un capítulo a la defensa de "la propiedad artística y literaria de los compositores y los actores" que participaban en las estaciones y, finalmente, se dejaba para un reglamento futuro que debería elaborar la SCOP las condiciones que habían de llenarse para la instalación de aparatos receptores de radiocomunicación.

b) El Crecimiento de la Radiodifusión durante el Gobierno Calista.

De 1925 a 1928 la radiodifusión no creció demasiado. En 1925 existían 11 estaciones, en 1926 había 16 y 17 en 1928. Algunas de las causas de este escaso crecimiento se haⁿ planteado ya en el capítulo II de este trabajo. Pero la principal causa era, para el caso de la radiodifusión comercial, la ausencia en la mayor parte de las estaciones de un gran capital que las apoyara. A

excepción de la fábrica El Buen Tono, las demás radiodifusoras, - incluyendo a la CYL (que desapareció justamente en 1928), eran -- propiedad de pequeños o medianos capitalistas y, en muchos casos, de personas cuyo objetivo era más bien de tipo experimental. Ade más, no existía aún en el país un mercado interno muy activo que permitiera a las estaciones una contratación abundante de anuncios comerciales. Por otro lado, no existía, ni por parte de los radio difusores ni de las industrias y los comercios, un conocimiento - profundo y un manejo adecuado de las técnicas publicitarias que - hiciera aumentar el gasto dedicado a la publicidad y, en consecuencia, contribuyera a la reproducción ampliada de la radiodifusión comercial. Es decir, no existían las condiciones para que un pe queño capitalista, haciendo realidad el viejo sueño del "capita-- lismo de libre competencia", hiciera, en pleno siglo XX crecer -- con su esfuerzo personal de empresario y con su "sentido visiona-- rio" una actividad económica sumamente codiciada por los grandes monopolios internacionales.

En estas condiciones se requería para impulsar la radiodifusión y propiciar su crecimiento, de la inversión en ella de un ca pital cuantioso ya acumulado en otra rama de la economía. Es decir, ante las dificultades para la formación y la acumulación de capital en la actividad radiofónica, era necesario transferir hacia ella un capital acumulado en otro lugar o en otra rama econó-- mica. Ello era así por varias razones:

- 1) Se necesitaba de una inversión en capital fijo mucho mayor que la realizada hasta entonces por las pequeñas estaciones - existentes. Una estación que aspirara a ser escuchada por un gran

número de personas debía contar con una planta transmisora potente que le permitiera cubrir una amplia extensión territorial.

2) Se requería de fomentar el consumo en gran escala de aparatos receptores y ello sólo podía hacerse creando interés por el radio en el público a través de la producción de programas atractivos (el radio debía formar parte de la vida cotidiana del público) y contando con el apoyo de alguna empresa productora de radio receptores que pudiera ~~su~~ mantener permanentemente los equipos necesarios para satisfacer una amplia demanda.

En suma, sólo una radiodifusión verdaderamente masiva podía atraer la atención de los anunciantes y podía generar la producción sostenida de programas, actividad ésta que, como vimos en el capítulo II de este trabajo, resultaría esencial en el proceso de acumulación de la industria de la radiodifusión.

Durante el gobierno de Calles se establecieron algunas estaciones, varias de ellas con una existencia efímera. En 1925, por ejemplo, se instalaron la CYX del periódico Excelsior; la CYO, propiedad de Arturo Martínez y Manuel Zetina⁶⁹ y la CYR de Mazatlán, propiedad de la empresa Rosseter y Compañía. Asimismo se fundó la CYV propiedad de la empresa General Electric la que al parecer sólo la usó para experimentos técnicos, pero no la explotó comercialmente⁷⁰ y posteriormente la vendió a Felix Palavicini quien la convirtió en un "servicio de prensa radiada". Pero ni éstas ni las pocas que siguieron después serían capaces de promover el desarrollo de la radiodifusión comercial. Habría de ser, como veremos en el siguiente capítulo, hasta la fundación de la XEW cuando esto sucediera.

Hasta aquí he expuesto, de manera general, las características que asumió en sus inicios la radiodifusión en nuestro país, - tanto en lo que se refiere a su crecimiento como fundamentalmente en lo relativo a la política del Estado respecto a ella y a la política desarrollada por los primeros radiodifusores para hacer progresar sus proyectos.

En mi opinión, la importancia del periodo tratado aquí (1920-1928) radica en que fue en él cuando se estableció la base política sobre la que habría de fundamentarse el peculiar desarrollo de la radiodifusión en México. Fue en esa época cuando se delimitaron "los campos de actividad" que corresponderían a cada uno de los sectores -público y privado- que intervendrían en ella. Al Estado le correspondería la tarea de vigilar a la radiodifusión - en sus aspectos jurídico y administrativo en tanto "representante de los intereses generales de la nación". Además, podría, según el propio proyecto del Estado al que me referí en páginas anteriores operar estaciones oficiales a través de las cuales emitir sus propios mensajes. Los particulares, por su parte, podrían obtener concesiones para explotar un recurso natural de la nación -el espacio aéreo- obteniendo con ello "ganancias legítimas", pero -- sin lesionar el interés colectivo mediante transmisiones que "atenan contra la formación cultural del pueblo"⁷¹ y contra "la seguridad del Estado". Esto último, la defensa de la seguridad del Estado, quedó perfectamente estipulado en la LCE de 1926, pero lo primero, la difusión de la cultura a través de las estaciones comerciales, quedó confiada al "sentido de responsabilidad" de los concesionarios. Estos, sin olvidarse de su "legítima ganancia",

debían procurar cumplir con esa responsabilidad mediante emisiones cuyo contenido contribuyera a elevar la cultura del pueblo.

En síntesis, dentro de este marco, el Estado debía fomentar el crecimiento de la industria radiofónica y protegerla, garantizando con ello el interés particular (empresarial) de los concesionarios, pero debía cuidar también el interés colectivo controlando legalmente y regulando -"para evitar excesos"- la actividad de los particulares en este campo. Incluso, el Estado se proyectó, desde la LCE de 1926, de la facultad de asumir el control absoluto del sistema de radiodifusión en ciertos momentos (guerra, emergencias, etc.) y, un poco más tarde, tuvo buen cuidado de establecer las medidas jurídicas para obligar a los concesionarios a dar prioridad en sus transmisiones a aquellos mensajes que el Estado considerara de extrema importancia y para prohibir ataques de cualquier tipo contra el gobierno. El efecto político de esto (anulación de la radiodifusión como instrumento para la actividad política de los grupos integrantes de la sociedad civil) ya fue expuesto en este capítulo.

Así pues, es posible concluir en que correspondió al gobierno de Alvaró Obregón, guiado por los principios políticos "consagrados en la Constitución de 1917" y determinado por las condiciones objetivas del momento histórico (la correlación de fuerzas en la sociedad mexicana, las presiones imperialistas, etc.), y, obviamente, por sus propias inclinaciones políticas y su identificación con los intereses de la nueva burguesía en ascenso beneficiada -- por la Revolución de 1910, diseñar e impulsar una política de radiodifusión basada en "un sistema mixto" en el cual tanto el Esta

do como el capital privado ("moviéndose cada uno en su respectivo ámbito y cumpliendo las funciones que les son propias") debían - unir sus esfuerzos para desarrollar una radiodifusión nacional que impidiera que esta fuera controlada por monopolios extranjeros. Tocó por su parte al gobierno de Plutarco Elías Calles, la tarea de comenzar a legalizar esta política de radiodifusión y a delimitar jurídicamente el campo de acción de los particulares y del Estado en dicha actividad. Sin embargo, la consolidación de la radiodifusión como industria no ocurrió en este periodo. Habría de ser en el transcurrido entre 1928 y 1934 cuando esto se produjera y cuando el Estado comenzó a elaborar leyes y reglamentos específicos sobre la materia.

N O T A S

1. Fátima Fernández Christlieb, "Los medios de Información Masiva y la Reforma Administrativa de José López Portillo" en -- Los Medios de Comunicación p. 199.
2. Felipe Gálvez Cancino, Los Felices del Alba, p. 230. Esto, según el autor, se debió a que "...el gobierno de la república, presidido por el general Alvaro Obregón, tenía que desahogar problemas y asuntos de mayor trascendencia". Op. cit. p. 227.
3. Jorge Alberto Lozoya, "El Estatuto de la Radio y la Televisión", en El Estado y la Televisión, p. 209.
4. Miguel Angel Granados Chapa, "La Televisión de Estado: en busca del tiempo perdido." op. cit. p. 223.
5. Anatoli Shulgovsky, México en la Encrucijada de su historia, p. 44.
6. José Allen, en efecto, fue uno de los fundadores del PCM en 1919, después de haber dirigido el "Grupo de Jóvenes Socialistas Rojos" en 1918, organización que editaba el periódico "El Soviet". Entre 1921 y 1923, Allen colaboró estrechamente con el coronel José Fernando Ramírez en la instalación de varias estaciones radiofónicas (como la del periódico El Mundo) y radiotelegráficas. Era, según la opinión de varios pioneros de la radiodifusión, un técnico "sumamente apto". Sin embargo, no se conocen datos acerca de las concepciones políticas que José Allen tuvo acerca de la radiodifusión. Constantemente presionado por el gobierno de Obregón a causa de su filiación política y deportado del país en varias ocasiones, Allen, al parecer, tuvo que abandonar definitivamente México, según afirma el señor José de la Herrán uno de los pioneros de la radio en México: "Quién sabe que fue de su vida(...) Lo último que supe de él, es que emigró a EUA, con todo y fami-

lia. Parece que allá vivió mucho tiempo, si no es que emi--
gro definitivamente". Véase Felipe Gálvez Cancino, op. cit.
179. Datos acerca de las expulsiones de Allen de México or-
denadas por Obregón, pueden verse en AGN, Ramo Presidentes
(Obregón-Calles). Exp. 811-A-36.

7. Decreto que reglamenta la instalación y funcionamiento de es-
taciones radiotelegráficas. Diario oficial, 31 de octubre -
de 1916, p. 190. Aunque el decreto se refiere a las estacio-
nes radiotelegráficas, cabe recordar que la radiodifusión -
(radio telefonía), sólo se diferencia de la radiotelegrafía
en que en lugar de enviarse y recibirse señales codificadas
producidas dactilarmente, se transmiten y reciben sonidos co-
mo la voz humana, sonidos naturales, etc.
8. Esta actitud, a juicio de Enrique Semo, puede resumirse de la
siguiente manera: "en esencia se trata de un reformismo bur-
gués cauteloso, lento y vacilante. Su principal preocupación
es la de evitar toda medida radical, todo enfrentamiento --
abierto con las fuerzas conservadoras que permita una inter-
vención popular cuyas proyecciones pongan en peligro su hege-
monía". Historia Mexicana, Economía y Lucha de Clases, --
p. 225.
9. Op. cit. p. 270.
10. "Las masas estaban en pie de lucha y el imperialismo y los te-
rratenientes podían ser forzados a renunciar a muchos privi-
legios. Pero la burguesía temía emprender ese camino. Los
espectros de Zapata y Ricardo Flores Magón le infundían más
temor que sus enemigos tradicionales". op. cit. p. 271.
11. Ibid. p. 290.
12. Ibid. p.p. 250-251.
13. Ello no es extraño, puesto que es justamente en esa época --
cuando las telecomunicaciones empiezan a tener un lugar fun-

damental dentro del proceso de acumulación de capitales; empiezan a ser tan importantes como las carreteras o los ferrocarriles.

14. Excélsior, 19/marzo/1923, p. 4.
15. Manuel Barajas, Bosquejo Histórico de la Radiodifusión en México, p. 13.
16. Incluso el entonces secretario de comunicaciones Pascual Ortíz Rubio, solicitó ese año un aumento de \$50,000.00, para las siguientes obras: mantenimiento de la radiotelegrafía de Chapultepec y la construcción allí mismo de una estación de 25 kw, e instalación de estaciones en Hermosillo, Querétaro, Jalapa, Isla María Grande (Nayarit). AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exps. 731-C-7 y 104-P-38.
17. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 815-R-17. Roel solicitaba se prestara atención a este asunto "para evitar futuras dificultades con la compañía vendedora, que se traducirían en pérdidas y desprestigio para el gobierno". Ibid.
18. El Universal, 12/marzo/1923, primera plana. "Al interrogar al Director de Telégrafos sobre de qué sistema fueron las -- estaciones que se regalaron a los cinco países centroamericanos, nos manifestó que del de ondas continuas". Esto nos hace pensar que el vulgar proloquio 'en la casa del Herrero, azadón de palo', pues México proveyó a las naciones centroamericanas de magníficas estaciones de telegrafía sin hilos, en tanto que el país quedaba sujeto al sistema anticuado y costoso de las estaciones de chispa".
19. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 709-2-2. En un telegrama dirigido a Obregón, Zepeda pedía se nombrara una Comisión investigadora para que constara que no había hecho mal manejo de fondos. El presidente, tajante, le contestó: "No considero necesario nombrar comisión que usted solicita por creer que solamente la falta de atención y de capacidad

de usted determinó la desorganización absoluta de telégrafos." Ibid.

20. Estos datos se encuentran en AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles), Exp. 803-R-21.
21. Telegrama enviado por Alvaro Obregón al general Amado Aguirre el 14 de octubre de 1922, *ibid.*
22. En efecto, la respuesta dada por el secretario de comunicaciones al telegrama que el presidente le había enviado en relación al caso de la Compañía Radiotelefónica Nacional (véase nota 21), muestra lo afirmado aquí. El secretario de comunicaciones indica al presidente que "observando que al formular el contrato los señores Herrera y Mendizábal cambiaban por completo una de las bases aprobadas por usted, como es la obligación del gobierno de comprar las estaciones a medida que se instalaran (estableciendo) una administración a medias, suspendí el asunto y ahora lo hago de manera completa en debi do cumplimiento a su superior telegrama.." *Ibid.* (subrayado mio).
23. *Ibid.*
24. Herrera y Mendizábal, en efecto, ofrecieron a Obregón instalarle gratuitamente un aparato receptor de radio en su residencia de Chapultepec, pues tenían conocimiento de que el -- presidente había ordenado instalar una atena y colocar un receptor "para observar personalmente el adelanto de la radiofonía". Obregón les contestó: "Acepto gustoso bondadoso ofrecimiento se sirven hacerme". AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 803-R-21.
25. Efectivamente, Mendizábal había trabajado hasta 1912 en México como "telegrafista de 6a. clase". En ese año renunció para trabajar en Western Union de Estados Unidos. Afirmaba -- que "aprovechando las fluctuaciones de los mercados americanos durante la guerra europea", había realizado negocios que

le permitieron tener una posición desahogada con un capital mayor a los 50,000 dólares. En 1920 regresó a México y solicitó un puesto en la Dirección de Telégrafos "sin remuneración alguna", pues el sueldo de 40 pesos diarios "ya no despertaba su codicia", y su único objetivo era colaborar con la citada dependencia, pues en México prevalecían en materia de comunicaciones, "las prácticas anticuadas de hace medio siglo" y Mendizábal se sentía con la "capacidad técnica y -- administrativa (necesaria) para dar un nuevo rumbo al ramo". En noviembre de 1922, el coronel Ignacio Almada, amigo personal del titular de la SCOP, recomendó a Mendizábal ante esa dependencia para que se le dieran facilidades en su solicitud de obtener una concesión para constituir una cadena radiofónica. Sin embargo, la SCOP le respondió que el presidente había dado instrucciones a la secretaria "para que se firme el convenio con el (peticionario) que ofrezca mayores ventajas, porque hay algunos otros interesados. AGN. Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 809-M-25.

26. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles1) Exp. 709-2-2.
27. Ibid. Aguirre contestó: "con fecha de ayer (2 de diciembre de 1922) y por su superior acuerdo fue cesado de sus funciones como telegrafista el C. Isauro Mendizábal".
28. Los representantes de Goethals eran los señores Dabne Watson y Haranden Pratt quienes dirigieron a Obregón la siguiente solicitud de audiencia al 9 de enero de 1923: "Habiendo tenido el honor de discutir con el señor General Don Amado Aguirre, Ministro de Comunicaciones y Obras Públicas, (un) proyecto de radiotelefonía y radiotelegrafía, y que proponemos estará sujeto a la dirección del Señor General e ingeniero Goethals, y que pretendemos establecer en la República de México; respetuosamente suplicamos a vuestra excelencia, señor presidente, se sirva permitirnos presentar a vuestra alta consideración el proyecto mencionado, y que estará sujeto a las bases de crédito y condiciones que la República Mexicana

dicte y necesite para llevar a cabo la construcción del sistema de comunicación radiotelegráfica y radiotelefónica que proponemos y que será propiedad de la República Mexicana y - para beneficio del Pueblo Mexicano, bajo bases de pago enteramente convenientes a su condición, y cuyos pagos se harán de las utilidades del sistema propuesto, y de la manera más conveniente para el gobierno mexicano".

A esta solicitud, Obregón contestó afirmativamente: "Con todo gusto podre (atenderlos) el próximo miércoles a las -- 16:45 en Palacio".

Sin embargo, a pesar de que en relación al otorgamiento de créditos e instalación de estaciones radiotelefónicas y - radiotelegráficas no hubo acuerdo, sí se iniciaron negocia-- ciones para que el general Goethals se encargara de la construcción de otras obras. El 12 de enero de 1923, el presidente Obregón dirigió el siguiente mensaje al secretario de comunicaciones: "...presentáronse presidencia a mi cargo -- ingenieros Watson y Pratt (..) como representantes del general Goethals, manifestando encontrarse enteramente dispues-- tos a realizar cualquiera obra que el gobierno necesite, sobre bases que ellos prometen ventajosas, como citado general Goethals es hombre de prestigio y honorabilidad reconocidos, encarezco a usted atender ingenieros aludidos y tratar con - ellos sobre distintos proyectos que tiene esa secretaría a - fin de ver si llégase a conclusión favorable; pudiendo propo-- ner, desde luego (...) construcción ferrocarril Tepic a San Marcos y la de edificios Federales de la República (que) po-- drán alcanzar monto aproximado de veinte millones de pesos." AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 803-R-21.

29. Manuel Barajas, op. cit.

30. Jorge Mejía Prieto, Historia de la Radio y la T.V. en México, p. 29.

31. La estación estaba instalada en el propio edificio de la SEP y era dirigida por el Director General de Cultura Estética, Joaquín Beristáin. Este, por cierto, era hermano del destacado cómico "Cuatezón" Beristáin.
32. Interamerican Electric Communications Commisión, Acts and Convention, p. 5.
33. Ibidem. Como se verá en el curso de este trabajo, el principio de servicio público que garantizaba este derecho, estuvo presente, más como garantía formal que como práctica, en la legislación mexicana hasta 1960 en que fue cambiado por la -nación de interés público. Más adelante (capítulo X) veremos con detalle los móviles políticos y económicos que propiciaron este cambio y sus implicaciones ulteriores.
34. Ibid. pp. 158-161.
35. Ibid. pp. 104-106
36. Ibidem.
37. The Place of Radio, publicación de Radio Corporation of American, 1927, s/p.
38. En México, por ejemplo, la posibilidad de que la expansión de la "radiotelefonía" en Estados Unidos influyera en nuestro país era comentada con entusiasmo por algunos columnistas de la época: "en todas partes del mundo, principalmente en Estados Unidos, ha sido tal el entusiasmo por el uso de los aparatos (radiofónicos) que casi se está convirtiendo en una necesidad para cada hogar.
- "En México, por su gran proximidad a los Estados Unidos, no es de dudarse que en breve tiempo se desarrolle extraordinariamente la afición y se instalen miles de aparatos receptores para poder obtener comunicación con las plantas transmisoras del país y del extranjero.
- "Dada la proximidad y la constante comunicación de México --

con el país vecino, es de esperarse se hagan instalaciones en números que sería difícil pronosticar, pero que indudablemente llegarán a miles de ellas. Esto dará oportunidad a los aficionados para grandes estudios y práctica, así como que será un gran campo para los vendedores de toda clase de material necesario para las instalaciones correspondientes".

Adolfo Blumenkron, El Universal, 4 y 11 de marzo de 1923 --- p. 10, 3a. sección, columna "Las industrias en México".

39. Inter American Electric Communications Comission, p. 106-108.
40. Arturo Melgar "El Desarrollo de la Radio en México" en Radio landia, No. 458, 20 de marzo 1954, p. 10.
41. Manuel Barajas. op. cit. pp. 13-14. Según Felipe Gálvez Cancino (op. cit). esta agrupación se llamó Liga Nacional de Radio.
42. No se encontraron datos acerca de la actuación de Vicente -- Lombardo Toledano al frente de esta organización o de sus -- concepciones acerca de la radiodifusión.
43. Me refiero a Manuel Barajas, op. cit. pp. 13-14.
44. Ibidem. El ingeniero Modesto C. Rolland fue tiempo después, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, Subsecretario de Comunicaciones y Obras Públicas. Véase el Capítulo V de este -- trabajo.
45. Ibid. p. 15.
46. Véase Felipe Gálvez Cancino, op. cit. p. 137.
47. Este proyecto de reglamento fue publicado por El Universal, el 11 de mayo de 1923, segunda sección, p. 7. Sin embargo, = fue recibido por Obregón hasta el 8 de junio de ese año. Véa se más adelante la nota no. 51 de este capítulo.

48. Esta intención de conciliar "los intereses del Estado" con los intereses particulares de los radiodifusores está expresada claramente en el texto que, junto con el proyecto de reglamento para estaciones radiodifusoras, dirigió la LCMR al presidente Obregón: "(Ponemos) en sus manos el proyecto de reglamento sobre radio que por encargo de usted ha hecho una comisión de miembros de la Liga Central Mexicana de Radio.

"Para nosotros, señor presidente, sería altísimamente satisfactorio el que los esfuerzos de la iniciativa privada principalmente como en este caso, que sólo ha respondido para el bien de la patria, sean aprovechados por nuestro gobierno, de manera que los intereses privados y los intereses generales caminen de acuerdo, que es como realmente se fortalecen los lazos nacionales.

"El proyecto de reglamento que hoy ponemos ante vuestra consideración está hecho por una numerosa comisión de hombres que han viajado por todo el mundo y que conocen perfectamente las necesidades tanto oficiales como del público en general y comerciales en lo que se refiere a radio-comunicación, de manera que creemos sinceramente que con estas disposiciones podremos dar un notable ejemplo de legislación avanzada en toda la América y que de este modo podemos adquirir el lugar que nos corresponde en el desarrollo de la civilización, ya que por desgracia, hasta ahora, nos hemos quedado un poco atrás en este respecto.

"Creemos que al poner a las órdenes de nuestro gobierno nuestro pequeño esfuerzo, cooperamos como buenos ciudadanos para hacer verdaderamente patria y lo hacemos gustosos ahora cuando vemos que nuestro presidente tan llana y liberalmente des cansa en los ciudadanos organizados libremente, para efectuar algo de utilidad pública". AGN. Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 711-R-27 (subrayados míos; FMB)

49. Véase Manuel Barajas, op. cit. p. 15.

50. Este impuesto fue duramente criticado por una de las primeras revistas que se ocuparon de la radiodifusión. En ella - el redactor José Manuel Ramos reproducía un artículo publicado en un periódico estadounidense que se oponía a la posibilidad de que en aquél país se implantara el mencionado impuesto: "¿Porqué imponer una contribución al niño que con grandes ahorros y trabajos reúne dinero suficiente para obtener un simple aparato de galena? ¿Cómo va a pagar un impuesto por muy pequeño que éste sea?

"¿Y qué diremos del investigador que se dedica a ensayar nuevos circuitos, a probar nuevos aparatos y para quien el dinero del impuesto le representa un bulbo menos? ¿Se debe poner trabas a su trabajo y a su laboriosidad con taxativas injustas?

"El mayor mérito del radio es que es un medio de propaganda cultural y científica. Debe mantenerse a toda costa la libertad del aire. Si se exige contribución al que escucha, el único beneficiado va a ser el rico, dejando a los pobres en desventajosa situación. El impuesto del radio crearía una casta privilegiada. ¡Hay que combatirlo!" Y José Manuel Ramos, apoyando la opinión del periódico estadounidense, añadía: "¿Debemos agregar nosotros algo mas tratándose de ese impuesto ya perfectamente establecido y sostenido contra viento y marea en nuestro país"? Antena No. 1, julio de 1924 columna "Radio tópicos".

51. Telegrama dirigido por el presidente Alvaro Obregón a la Liga Central Mexicana de Radio el 8 de junio de 1923. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles), Exp. 121-C-R-4. En el mismo telegrama, Obregón informó también a la LCMR lo siguiente: "Hasta hoy me fue entregado Proyecto Reglamento; procurare estudiarlo cuidadosamente, mandando copia al Ministerio respectivo, fin examinarlo y vea objeciones le hace Departamento correspondiente".

52. Véase Jorge Mejía Prieto, op. cit. pp. 28-29.

53. Ibid.
54. Véase Antena No. 1, julio de 1924, p. 19.
55. Carta de la CONCAMIN al presidente Alvaro Obregón, septiembre de 1922. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 803-R-21.
56. Véase El Universal, 8 de mayo de 1923, 1a. página.
57. Felipe Gálvez Cancino, op. cit. pp. 150-152.
58. En efecto, las condiciones de compra de "La Casa del Radio" de notaban cierta prepotencia de los propietarios. Por ejemplo, se estipulaba que en vista de que los productos vendidos por esa negociación eran "de reconocidas marcas" y habían sido -- "experimentadas por largo tiempo", la empresa "no admitiría ninguna reclamación". Además "cualquier pedido que se nos haga dentro o fuera de la ciudad será despachado inmediatamente (...) siendo por cuenta del cliente todos los riesgos de dicho envío". La empresa exigía pago "al riguroso contado" y finalmente aclaraba que "no aceptamos devolución de mercancía sino, únicamente cuando haya algún error de nuestra parte". AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 226-E-3.
59. Como ya se indicó antes, el gobierno de la República donó a diversas organizaciones sindicales e instituciones de educación aparatos de radio que, en la mayor parte de los casos fueron comprados a "La Casa del Radio". Cada receptor tenía un precio, en 1923 de \$390.00 y en 1924 de \$435.00.
60. Véase Fátima Fernández Christlieb, "La Industria de Radio y Televisión: gestación y desarrollo", en El Estado y la Televisión, Nueva Política, No. 3, p. 241.
61. Raúl Azcárraga, entrevistado por Felipe Gálvez Cancino, en op. cit. p. 217.
62. Roger Bartra "La Revolución Domesticada" en Historia y Sociedad, No. 6, p. 18.

63. Ibidem.
64. Guillermo Garza Ramos, entrevistado por Felipe Gálvez Cancino, op. cit. p. 199.
65. AGN, Ramo Presidentes (Obregón-Calles) Exp. 711-R-27.
66. Véase Diario Oficial, 2 de febrero de 1926, p. 487.
67. Véase Diario Oficial, 24 de abril de 1926. La LCE derogó el decreto del 19 de octubre de 1916 sobre estaciones radioeléctricas.
68. En este caso había una "compensación" al permisionario o concesionario consistente en una prórroga del plazo del permiso o concesión equivalente al tiempo que durara la suspensión.
69. Manuel Zetina era hijo de Carlos B. Zetina, acaudalado industrial zapatero quien era, en aquel tiempo, vicepresidente de la CONCAMIN: "Cuando surgió la idea de comercializar las estaciones radiodifusoras de nuestro país, (Manuel) Zetina fue uno de los más decididos luchadores para que la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas otorgara los permisos correspondientes". Radiolandia, No. 13, 30 de mayo de 1947, p. 5.
70. Radiolandia, No. 5, 15/abril/1942, p. 9.
71. Según uno de los primeros radiodifusores, la radio comercial - podía cumplir perfectamente con los requerimientos de difusión cultural del país: "Los pioneros pensábamos que la radiodifusión serviría para engrandecer a México. Que se utilizaría para educar a millones de mexicanos que cada año hacían crecer la población del país. Eramos de la opinión de que sería el vehículo ideal para difundir conocimientos entre los menos preparados. Este era el sentir de los pioneros. Y no excluyo a Emilio Azcárraga. También él era de esta opinión.

Creíamos que el radio serviría para difundir el verdadero folclore nacional, las mejores manifestaciones de nuestra cul-

tura, lo mejor de México". Guillermo Garza Ramos, entrevistado por Felipe Gálvez Cancino, op. cit. p.p. 175-176. Y en efecto, en muchos de los primeros conciertos, la calidad artística de las emisiones y las intensiones de los radiodifusores de "difundir alta cultura" eran evidentes. Por ejemplo, la estación I-J dirigida por Francisco C. Steffens y Enrique W. Curtiss (quien después trabajó en XEW) dedicaban gran parte de su tiempo de transmisión a transmitir "las mejores poesías inéditas de los mejores poetas jóvenes de México"; además, preferían "formar sus programas con música selecta, a cargo de buenos elementos, sin acudir a las gastadas canciones folklóricas". Antena, No. 3, septiembre de 1924, p. 14. Pero a pesar de las intenciones de estos concesionarios animadas ciertamente por una concepción elitista de la cultura y una actitud paternalista en cuanto a las formas en que ésta debía difundirse- sus buenos deseos fueron rebasados por el desarrollo objetivo de la radiodifusión como industria. Al quedar el desarrollo de la radiodifusión subsumido a los intereses del capital y guiado por la lógica de la ganancia, la tarea de "difundir la cultura" a través de este medio fue completamente desplazada por los requerimientos de la actividad comercial. Esto, como se verá más adelante, fue particularmente claro desde el primer lustro de los años treinta y causó protestas airadas por parte de algunos sectores.

CAPITULO IV

LA RADIODIFUSION EN EL PERIODO 1929-1934

El periodo que comprende los años de 1929 a 1934 se caracterizó, en el terreno de la radiodifusión, por varios hechos importantes:

a) En él se fundó la estación que habría de dar un extraordinario impulso al desarrollo de la radiodifusión comercial: la XEW. Esta emisora se convirtió en muy poco tiempo en la expresión más acabada de lo que debía ser una radiodifusora comercial que aspira a obtener altas ganancias.

b) Durante este periodo el Estado reforzó su control político sobre la radiodifusión. El Estado estableció un conjunto de disposiciones jurídicas que prohibían explícitamente a los particulares hacer política a través de la radiodifusión, quedando esta posibilidad como un beneficio exclusivo para el Estado. Para lograr esto último se estableció la obligación para las radiodifusoras comerciales de transmitir gratuitamente mensajes o boletines emitidos por las Secretarías de Estado. Asimismo en ese periodo se fundó la estación del PNR la cual, aunque no dependía formalmente del Estado, funcionó en los hechos como propagandista de la política estatal.

c) Se estableció un marco jurídico que, a pesar de las limitaciones de tipo político que oponía a los concesionarios de las estaciones de radio comercial, era sumamente benéfico para éstos en

la medida en que regularizó y estabilizó el funcionamiento de la radiodifusión comercial y facilitó la rápida acumulación de capital en esta actividad.

Todo lo anterior sucedió en un marco político caracterizado por el desplazamiento acelerado, por parte del gobierno, hacia posiciones de derecha, combinado -obviamente- con una persecución y represión implacables hacia las expresiones revolucionarias del proletariado y del campesinado.

En efecto, durante este periodo la lucha de clases se exacerbó a tal grado que el país se encontró inmerso en una crisis política agravada por la crisis cíclica del capitalismo ocurrida también en esos años. La lucha política adquirió una gran intensidad tanto en la sociedad civil como al interior del aparato estatal, -asumiendo, en algunos momentos, características violentas manifestadas por levantamientos militares (como el de Gonzalo Escobar) y por una brutal represión del Estado hacia las luchas revolucionarias de las clases populares.

Esta actividad política era particularmente intensa debido a que la política reaccionaria que habían asumido los gobiernos para dójicamente llamados revolucionarios había colocado a las masas populares en condiciones de existencia sumamente precarias; y ello, aunado a la creciente influencia que sobre esas masas iban adquiriendo las organizaciones revolucionarias, produjo en el país uno de los periodos de mayor actividad en lo referente a huelgas, marchas, mitines y todo tipo de acciones masivas por parte de los obreros y los campesinos. En esos años, los sindicatos más revolucionarios constituyeron la Confederación Sindical Unitaria de México (CSUM), cuya actividad fue sumamente intensa promoviendo accio-

nes de masas en defensa de los intereses de los trabajadores.¹ Asimismo, en ese periodo el movimiento campesino revolucionario adquirió nueva fuerza mediante el impulso que le dio la Liga Nacional - Campesina (LNC) integrante de la CSUM y fundada en 1926. Estas organizaciones, apoyadas por el PCM con quien sostenían una estrecha alianza, constituyeron la alternativa revolucionaria respecto a -- las organizaciones reformistas cooptadas por el Estado.

Por otra parte, dentro del bloque gobernante existía también una marcada lucha. Esta se daba entre la fracción callista -que se resistía a ser desplazada de sus posiciones de influencia en el Estado- y aquellos grupos que no coincidían con los métodos de gobernar del llamado "jefe máximo". Estos últimos estaban constituidos fundamentalmente por quienes apoyaron la candidatura de Obregón en 1928: "la nueva burguesía agraria de la que formaban parte los generales 'revolucionarios', (...) uniones campesinas, capas bastante numerosas de la pequeña burguesía urbana y agrupaciones de la burguesía rural."² Estas fuerzas dirigieron una fuerte ofensiva política contra uno de los bastiones del callismo; la CROM. El resultado inicial de esta lucha fue la elección (a la muerte del general Obregón asesinado en 1928, siendo presidente electo) de Emilio Portes Gil como presidente provisional. Este, enemigo declarado de la CROM, promovió la creación de sindicatos "independientes" para debilitar a la central dirigida por Morones, lo cual fue apoyado por los círculos empresariales quienes vieron la oportunidad de intervenir directamente en el movimiento sindical sin el estorbo croquista.³ Asimismo, Portes Gil organizó una conferencia para plantear la necesidad de establecer un arbitraje obligatorio por parte

del Estado a los conflictos laborales con la pretensión de aminorar la frecuencia e intensidad de éstos y, por último, negoció con el alto clero el fin del conflicto religioso exacerbado por Calles.

El gobierno de Portes Gil mantuvo bastante autonomía con respecto al callismo. Sin embargo, las fuerzas callistas no estaban dispuestas a verse desplazadas del bloque gobernante y a partir de la fundación del Partido Nacional Revolucionario en 1929 empezaron a intentar ganar la dirección de la naciente organización con miras a imponer un candidato suyo para las elecciones de 1930. No obstante, estos intentos fallaron y el PNR lanzó como su candidato a Pascual Ortiz Rubio, ex-secretario de Comunicaciones en el gabinete de Obregón, quien triunfó en los comicios de 1930 derrotando al ex-secretario de Educación José Vasconcelos.

A pesar de lo anterior, el callismo no perdió sus posiciones en el aparato estatal y en cambio sí las ganó en el PNR, y aunque no controlaba por completo la dirección de ese partido, logró obtener posiciones importantes en él. Gracias a ello, Calles logró mantener una influencia significativa sobre el presidente Ortiz Rubio.

Para ese momento, el general sonoreense había emitido opiniones abiertamente reaccionarias que daban cuenta de su abierto compromiso con los sectores más retardatarios del país y con el capital imperialista.⁴ De ahí que no resultara extraño que Calles presionara públicamente al gobierno de Ortiz Rubio para que detuviera el reparto de tierras que, según sus palabras, "tanto mal estaba causando a la economía del país". El presidente cedió a esta presión y anunció que detendría la reforma agraria en varios estados de la república. Esto dio lugar a una serie de...

minaron con la renuncia de Pascual Ortiz Rubio el 2 de septiembre de 1932.

A raíz de estos hechos ocupó la presidencia de la república - el general Abelardo L. Rodríguez "típico representante de los generales millonarios 'revolucionarios'",⁵ en cuyo gobierno también -- fue evidente la intervención de Calles.

Ante la situación de corrupción y autoritarismo generada en - las esferas gubernamentales durante este período y ante la capitulación del callismo frente al imperialismo (cuya expresión más escandalosa fueron los acuerdos efectuados entre el gobierno mexicano y el embajador Wilson que otorgaban grandes privilegios a las - compañías petroleras estadounidenses), el movimiento revolucionario y las fuerzas democráticas respondieron de manera sumamente combativa. Ello permitió y exigió que el Estado mostrara abiertamente - su carácter burgués y recurriera incluso a la violencia para intentar detener las luchas populares. Así, se desató una virulenta campana anticomunista en la cual el propio PCM fue declarado ilegal, gran cantidad de militantes del partido fueron encarcelados o enviados a las Islas Marías y muchos más fueron asesinados.⁶ Al mismo tiempo se intentó evitar que estas fuerzas tuvieran la mínima - oportunidad de emitir su información al conjunto de la sociedad, - Para este efecto el presidente Portes Gil ordenó asaltar la imprensa del órgano periodístico del PCM, El Machete, cuya influencia entre los trabajadores tendía a aumentar. Tal acción fue encabezada por el jefe de la policía, Valente Quintana y durante ella se desmanteló la imprenta y fue robado el equipo.⁷

Pero, a pesar de la represión abierta en que se basó en gran medida la política estatal durante este período, la lucha de las -

fuerzas revolucionarias y democráticas impidió que la burguesía tomara ya desde ese momento una posición hegemónica en la sociedad. La lucha de estas fuerzas contribuyó al ascenso al poder de una corriente pequeño burguesa radicalizada capaz de reorientar la política estatal en un sentido reformista durante el periodo 1934-1940.

La Fundación de la XEW y la Consolidación de la Radiodifusión Comercial.

En el marco descrito antes de manera muy esquemática, en el que la represión hacia las fuerzas revolucionarias se combinaba -- con las facilidades para la acumulación de capital, empezó a desarrollarse la industria de la radiodifusión.

Como ya se mencionó, durante el gobierno de Calles se comenzaron a regularizar las condiciones políticas y jurídicas que regirían el funcionamiento de la radiodifusión. Este proceso continuó en el periodo tratado en este capítulo. Así, durante el régimen de Emilio Portes Gil, el gobierno de México participó en la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington en 1929. En ella se adjudicó a cada uno de los países participantes -- una serie de siglas para que designaran a sus estaciones y se distinguieran de las de otros países. A México le correspondieron las siglas XAA hasta XPZ y la SCOP las distribuyó de la siguiente forma:

Aviación, servicio de radiocomunicación _____	XA
Servicios Generales _____	XB
Telegráficos _____	XD, XF

Servicio Marítimo _____ XC

Radiodifusoras en general _____ XE

De acuerdo a esto las estaciones de radio empezaron a cambiar sus siglas. Por ejemplo, la CYB, de El Buen Tono, se transformó en XEB, la CYJ en XEN, etcétera.

Un año después se instaló en México la estación que, como he mencionado al principio del capítulo daría un extraordinario impulso a la radiodifusión comercial. Su establecimiento marcó, de hecho, el inicio de la industria de la radiodifusión propiamente dicha en nuestro país.

Esta emisora, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, se inauguró el 18 de septiembre de 1930 con una planta de 5,000 watts, potencia extraordinaria comparada con la de las estaciones hasta entonces existentes. La XEW instaló sus estudios en los altos del Cine Olimpia, en 16 de septiembre No. 3, y su potencia le permitió tener cobertura nacional e incluso escucharse en diversos países -- debido a lo cual fue llamada "La Voz de la América Latina desde México".

Pero, por supuesto, la aparición de la XEW no fue obra del -- "espíritu creador", de la "extraordinaria visión empresarial" o de la "inteligencia excepcional" de Emilio Azcárraga V. como insisten en afirmar los propagandistas de los industriales de la radiodifusión.⁹ Que este personaje tuvo grandes cualidades para la administración de sus empresas y gran capacidad de dirección política sobre el gremio de los radiodifusores, es indudable, pero la aparición de una estación como la XEW se debió a las razones citadas al final del capítulo anterior. Es decir, el de la XEW era un capital cuantioso no acumulado en la radiodifusión, sino trasladado a ésta

desde otras actividades. Pero, además, el propietario de la XEW -- mantenía, como a continuación veremos, una relación estructural -- con la empresa RCA-Víctor, en ese momento la primera productora de equipo para estaciones radiofónicas y de aparatos de radio.¹⁰

Emilio Azcárraga Vidaurreta se inició en los negocios como -- distribuidor en México de una compañía zapatera de Boston, E.U. Un poco más tarde se dedicó a la venta de automóviles Ford, empresa -- de la cual también era distribuidor a través de la firma "Azcárraga y Sopland". En 1917, tenía una distribuidora de estos automóviles en México, D.F. (en Bucareli No. 4), en 1919 abrió una en Puebla, en 1920 otra en León y, en 1921, una más en San Luis Potosí. A principios de la década de los años veinte, Azcárraga Vidaurreta realizó importantes ventas de vehículos Ford a los permisionarios de la Alianza de Camioneros de México que, por aquellas épocas, empezaban a operar el servicio de transporte urbano de pasajeros. -- Por esas fechas, Azcárraga Vidaurreta había entrado en contacto -- con la casa grabadora Víctor Talking Machinering Co., fabricante -- de los productos Víctor y en 1923 obtuvo de esa empresa la concesión para distribuir sus productos en el norte del país y poco --- tiempo después le fue otorgado el permiso para distribuirlos en to da la república. Para tal efecto, estableció en el D.F. la casa co mercial "Mexico Music Co." dedicada a la venta de radios, discos y música impresa.¹¹ En 1929 la empresa Víctor se unió a la RCA cong tituyendo la RCA-Víctor que se transformó en una importante corp oración que incluía la producción de aparatos de radio, de discos y una extensa cadena de estaciones radiofónicas a través de su aso ciación con la NBC. Esto último fue un elemento decisivo para la -- fundación de la XEW.

Hasta aquí es posible observar una primera característica del capital con que se fundó la XEW. Se trata de un capital acumulado a través de la realización en México de plusvalía generada en Estados Unidos. Es decir, los negocios de Emilio Azcárraga Vidaurreta se ubicaban dentro del ciclo de circulación del capital de las empresas cuyos productos se encargaba de distribuir (Ford, Victor, RCA, etcétera). Esto lo colocaba en una relación estructural con el capital imperialista.

En estas circunstancias, Azcárraga era el personaje histórico que reunía las características necesarias para impulsar la radio comercial.¹² En primer lugar, tenía un conocimiento cercano de la radiodifusión debido a que sus hermanos, como ya lo vimos, habían sido pioneros de esta actividad con la estación CYL. En segundo lugar, y esto es lo más importante, su relación estructural con la RCA-Víctor le permitía contar con el suministro, sin problema, de equipo, créditos, etcétera. Por esta razón era el único radiodifusor que podía, efectivamente, promover el incremento de aparatos receptores de radio en el país -condición indispensable para el crecimiento de la radiodifusión- con el auxilio técnico y financiero de la citada empresa estadounidense.

Con estos antecedentes, Azcárraga Vidaurreta adquirió, en 1928, el equipo para instalar la XEW, el cual le fue entregado en 1929. Según el propio radiodifusor, lo tuvo guardado durante 6 meses y requirió de 12 meses más para ser instalado y de 3 semanas de prueba antes de ser inaugurado. Al poco tiempo de ser instalada, la XEW pasó a ser filial de la cadena NBC, con lo cual su alianza con el consorcio RCA-Víctor quedaba consolidada.

Con esta alianza ambas partes resultaban ampliamente beneficiadas. Por un lado, Azcárraga Vidaurreta recibía todo el apoyo técnico, político y crediticio de una gran corporación radiofónica.¹³ Y tenía ante sí la oportunidad de obtener altas ganancias a través de la "venta de tiempo" para spots y más tarde de la venta de programas grabados. La RCA-Victor, por su parte, lograba con ella penetrar en un campo de inversión al que la LCE de 1926 le había impedido irrumpir libremente debido a la prohibición de que extranjeros fueran propietarios de estaciones radiofónicas. En la medida en que México tuviera una radiodifusión desarrollada, el capital estadounidense dedicado a esta actividad podía, aun sin tener estaciones propias en nuestro país, exportar gran cantidad de receptores, equipos para la instalación de estaciones, refacciones y, más tarde, programas grabados e incluso técnicas publicitarias. Y como prácticamente la totalidad de los equipos y refacciones necesarias para la instalación, reproducción y ampliación de las estaciones e incluso los aparatos receptores de radio provenían de Estados Unidos, las corporaciones mencionadas tenían ante sí un vastísimo campo para la inversión directa (no transcurrió mucho tiempo para que "de acuerdo a las leyes mexicanas" instalaran fábricas en México) y, fundamentalmente, para la exportación de sus mercancías.¹⁴

De esta forma, contando con un capital considerable, acumulado de la forma ya descrita, y con el apoyo de la RCA-Victor, Azcárraga Vidaurreta empezó a aplicar las técnicas y procedimientos explicados en el capítulo II de este trabajo y en muy poco tiempo la XEW era la estación más escuchada y contribuyó de manera fundamental a que la radio se convirtiera en un elemento indispensable en

la vida cotidiana de gran cantidad de personas. Como consecuencia de esto, el gasto dedicado a la publicidad en la radio creció considerablemente. Y ello hizo que, al mostrarse las enormes posibilidades de obtener altas utilidades en la industria de la radiodifusión, nuevos empresarios se interesaran por invertir en esta actividad. Así, el número de estaciones comerciales creció de 19 en -- 1929 a 52 en 1934. También la localización de las estaciones se empezó a descentralizar. Si inicialmente la mayor parte de las emisoras se encontraba en el D.F. en 1932, por ejemplo, de 42 estaciones comerciales, 13 se encontraban en la capital, 16 en el norte de la república y el resto en estados como Jalisco, Michoacán, Veracruz y Puebla.

De esta manera, la radiodifusión comercial se constituía como una industria propiamente dicha que en pocos años más ocuparía un lugar fundamental en la vida económica y política del país.

La Política Estatal en Materia de Radiodifusión.

Ante el auge que empezaba a tener la radiodifusión en el país, el Estado comenzó a tomar una actitud más activa ante ella buscando conseguir fundamentalmente los siguientes objetivos:

a) Impedir que el extraordinario potencial difusivo de la radio fuera utilizado por fuerzas que pudieran poner en peligro la permanencia en el poder del grupo gobernante.

b) Participar de manera más activa en la emisión de mensajes radiofónicos para irradiar a la sociedad civil con la ideología -- oficial.

Para conseguir el primer objetivo, el gobierno de Abelardo L. Rodríguez decidió incluir en el Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación publicado en 1933, un apartado dedicado a "transmisiones prohibidas". En el artículo 77 del citado reglamento se ratificaba lo establecido en el artículo 12° de la LCE de 1926 en el sentido de que las transmisiones radiofónicas no debían "atentar contra la seguridad del Estado" ni atacar en ninguna forma "al gobierno constituido".¹⁶

La disposición de no atender contra la seguridad del Estado no tenía nada de sorprendente si consideramos que prácticamente cualquier Estado la sostiene. La de no atacar en ninguna forma al gobierno constituido, era ya mucho más restrictiva, pues implicaba que no se podía ejercer ni siquiera la crítica verbal contra él. Pero el reglamento iba más allá. En el artículo 78 establecía lo siguiente:

"Queda también prohibida la transmisión, velada o franca, de asuntos de carácter personal, político o religioso, así como propaganda profesional en favor de personas que no tengan título legalmente expedido y propaganda de productos industriales, comerciales o de cualquier otro orden que engañen al público o que causen algún perjuicio por la exageración o falsedad de sus usos, aplicaciones o propiedades".

Este artículo, como se ve, contenía disposiciones que aparentemente protegían a los radioescuchas de posibles abusos de comerciantes o industriales pero, a cambio de ello, se anulaba no sólo en los hechos, sino incluso legalmente la posibilidad de ejercer el derecho a expresarse libremente a través de la radio. Y hay que aclarar, además, que las otras disposiciones del artículo (no emi-

tir propaganda religiosa ni publicidad "deshonesta") fueron violadas con bastante frecuencia sobre todo por estaciones instaladas en la frontera,¹⁷ pero la de no emitir mensajes políticos fue celosamente cuidada por el Estado no sólo en este periodo sino durante muchos lustros más.

Sin embargo, esta prohibición no derivó en la inexistencia de propaganda política en la radio. Por el contrario, esta existió y en gran cantidad sobre todo en la década de los treinta, sólo que el ejercicio legal de esta práctica quedó concentrado en el Estado¹⁸ y en el partido oficial, el PNR, que ya desde dos años antes había instalado su propia estación.

En efecto, este partido adquirió una potente planta transmisora de la empresa Western Electric e instaló una radioemisora en su local de Avenida Juárez y Revillagigedo. La estación XE-PNR (más tarde XEFO) fue inaugurada el 1º de enero de 1931. Al acto asistieron el Presidente de la República, Pascual Ortiz Rubio, el Jefe del Departamento del Distrito Federal y el Jefe del Estado Mayor Presidencial.

El objetivo de la estación era, evidentemente, irradiar la ideología oficial a la sociedad civil y fortalecer el consenso de los "gobiernos de la revolución". Así lo muestra el discurso inaugural pronunciado por el diputado Manuel Jasso, Secretario de Propaganda y Cultura del PNR:

"Al instalar su estación radiodifusora, el PNR pone al servicio de la ideología renoyadora la técnica de difusión más eficaz que se conoce hasta hoy.

"El esfuerzo que esto representa para el partido, se explica por la necesidad ingente que tiene una agrupación nacional, -

cuya fuerza orgánica no tiene precedente y cuya representa---
ción política comprende en la actualidad la integridad del --
poder público, de mantener un diario y constante contacto con
las colectividades que robustecen su organismo y aun con las
demás que constituyen nuestra nacionalidad.

"La difusión de la doctrina del partido, la información dia--
ria de su gestión y de la de los gobernantes; la incorpora---
ción espiritual de las masas proletarias por medio del arte,
de la literatura y de la música; la comprensión y solidaridad
entre todos los habitantes del país; en suma el registro minu-
cioso de las palpitaciones cotidianas de la vida nacional es
la tarea que cumplirá la 'XE del PNR' hasta en los más remo--
tos lugares de la república y aun más allá de las fronteras".¹⁹

Y aunque formalmente la estación del PNR no era manejada por
el Estado, el propio Manuel Jasso anunció que el partido se coordi-
naría con las secretarías de Estado para que estas "pudieran ra---
diar sus programas a través de la XE-PNR".²⁰

Otro objetivo de esta emisora era el de fortalecer la "alian-
za de todas las clases sociales en torno al Estado revolucionario".
Para tal efecto, se diseñó una programación que pudiera llevar la
"doctrina de la revolución" a los campesinos, los obreros, los in-
dustriales, los comerciantes e incluso a los sectores "no laboran-
tes" como los niños y las amas de casa.²¹ Esta programación con-
sistía básicamente en lo siguiente: por las mañanas noticieros con
servicios informativos del periódico El Nacional Revolucionario --
(que en el campo de la prensa hacía la misma labor que XE-PNR), du-
rante los cuales se leía el editorial de este diario; por las no--
ches se transmitían conciertos en los que se difundían "los princi-
pios del PNR y su opinión sobre temas concretos que afectan al ---
país"; con el objetivo de "ganar adeptos en diversas partes del --

país" se transmitía cada lunes un programa dedicado a un estado de la república tocando temas de interés local; los martes se transmitía La Hora Campesina, programa que interesaba particularmente al PNR al grado que elaboró un plan para dotar de un aparato receptor al mayor número posible de comunidades agrarias; los miércoles se transmitía un programa dedicado a los obreros con números musicales y propaganda del PNR, en este caso se anunció la intención de recurrir a la instalación de aparatos receptores y altoparlantes - en "los barrios obreros más importantes de la capital y de las ciudades importantes de los estados dentro de locales acondicionados para el efecto";²² los jueves se transmitía un concierto dedicado a industriales y comerciantes en los que se trataban "tópicos de interés nacional"; los viernes se dedicaban a transmitir "conferencias de historia" dedicadas a "examinar los hechos y la ideología de nuestro movimiento social"; por fin, los sábados se destinaban a los niños y a las madres de familia, para las cuales se dedicaba La Hora del Hogar con cursos de costura, cocina, etcétera.²³

Ahora bien, esta política estatal (reservar para sí el tratamiento de temas políticos) no significó durante este periodo un perjuicio serio para los dueños de las estaciones comerciales. Esto se debía fundamentalmente a que aun cuando varios de los radiodifusores mantenían relaciones estrechas con algún grupo económico o incluso pertenecían a él, todavía no se constituía plenamente el grupo de concesionarios que pocos años más tarde mantendría la dirección política del gremio y que ligado a una de las fracciones políticas de la gran burguesía ejercería un dominio efectivo sobre la radiodifusión comercial y la incorporaría a su proyecto políti-

co.²⁴ Para que esto sucediera habrían de producirse importantes cambios en el bloque gobernante y ello ocurriría hasta la coyuntura de las elecciones presidenciales de 1939-1940.

De ahí que la preocupación central de los radiodifusores en el periodo 1929-1934 fuera la acumulación de capital. Y si las disposiciones legales relativas a la radiodifusión establecían restricciones para la utilización política de la radio, otorgaban a cambio facilidades para la acumulación y amplia protección jurídica a la industria radiofónica.

Así, por ejemplo, el antiguo régimen de permisos para instalar estaciones radiodifusoras comerciales, fue sustituido, en 1931, por el de concesiones. Estas, a diferencia de los permisos que se extendían sólo por un año, se otorgaban por plazos hasta de 50 años con lo cual los radiodifusores adquirirían mayor seguridad para incrementar sus inversiones.²⁵

Igualmente ese año se estableció, con el fin de impulsar la emisión de anuncios comerciales en todo el país, el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión en conexión con la Red Telegráfica Nacional. Mediante este servicio, todas aquellas personas o empresas que desearan transmitir anuncios comerciales a través de estaciones radiodifusoras ubicadas en lugares diferentes a los de su residencia, podían hacerlos llegar a ellas utilizando la red de Telégrafos Nacionales. Las oficinas de telégrafos se encargaban de cobrar al usuario del servicio el importe de la tarifa establecida por las radiodifusoras como pago por la transmisión de anuncios comerciales. A cambio de todo ello, las estaciones pagaban 10% del importe total de los anuncios que contrataban por esta vía

y se comprometían, además, a hacer publicidad gratuita a los servicios de Telégrafos Nacionales.²⁶

Asimismo, el Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la LVGC establecía, en su artículo 17, que las radiodifusoras comerciales podían dedicar el 20% del tiempo total de transmisión a la exposición de "propaganda comercial", lo que les permitía programar una considerable cantidad de anuncios publicitarios.²⁷ Aparte, la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras del 10 de julio de 1933 establecía un cómodo gravámen del 5% sobre ingresos brutos a las estaciones comerciales. Y por si todo lo anterior fuera poco, esta ley otorgaba a los radiodifusores que tuvieran otras empresas y las anunciaran en sus propias estaciones, la facultad de sustituir el impuesto correspondiente a esos ingresos por una cuota fija determinada por la SHCP "de acuerdo con la importancia de la empresa y las características técnicas de la emisora".²⁸ Es decir, los ingresos por publicidad provenientes de "empresas extranjeras" eran objeto del 5% y los provenientes de empresas propias lo era de una cuota fija.²⁹ Esto permitía a aquellos radiodifusores que se hallaban en el caso de poseer otras empresas, aparte de sus estaciones de radio, programar en éstas sus propios anuncios publicitarios reduciendo el monto de los impuestos que debían pagar.

La XEW Transmite un
Discurso Subversivo.

Como puede observarse, la utilización de la radiodifusión en este periodo estaba reservada únicamente para dos elementos socia-

les: la burguesía -con las ventajas y restricciones ya mencionadas- y el Estado.

En cambio, las posibilidades de expresión para las corrientes de izquierda a través de los medios de difusión eran muy precarias. Y a pesar de que el PCM lograba distribuir con enormes esfuerzos - su órgano periodístico El Machete desde la clandestinidad, su radio de distribución no podía ser muy extenso dadas las condiciones de ilegalidad en que actuaba el partido.

En estas condiciones se produjo, en 1931, un hecho que, en su momento, causó un profundo impacto a grado tal que ocupó espacios importantes en los diarios durante más de una semana. Se trata de la toma de la XEW por miembros del PCM para transmitir un discurso que se escuchó en varios países del continente. El hecho es importante porque muestra, en primer lugar, las limitaciones a la libertad de expresión que existían en este periodo y la capacidad de respuesta que en ese momento tuvo una parte importante de la izquierda mexicana para superar este obstáculo. Pero, además, el hecho mostró también el enorme grado de protección que los gobiernos del "maximato" dieron siempre a los industriales de la radiodifusión y la decisión del grupo gobernante de no permitir que ninguna voz disidente utilizara un medio de difusión tan eficaz como la radio. Los hechos sucedieron así:

El día 7 de noviembre de 1931 tres miembros del PCM³⁰ penetraron al local donde se localizaban los controles técnicos de la XEW en la calzada de Tlalpan, sujetaron al operador, José Piña, y dirigieron durante diez minutos un discurso cuyo contenido resume así el periódico El Machete:

"A las 9 y un minuto, los radioescuchas dan un brinco. El concierto se corta bruscamente y una voz enérgica explica la causa con estas palabras que resuenan escandalosamente en los tibios hogares burgueses, en los restaurantes, billares y cantinas, en los salones de clubes y sindicatos, en la casa de los humildes propietarios de aparatos de galena, en las terrazas públicas, en algunos cuarteles donde los soldados han sufrido descuentos de 50 centavos para la compra de una radiola, en las propias residencias de Ortiz Rubio y Calles:

"Obligado a hacerse oír por todos los medios, el Partido Comunista de México, que ha visto saqueada su imprenta y confiscados sus periódicos en el correo, se apodera por algunos minutos de la estación XEW, para decir a los trabajadores de toda América lo siguiente...

"Y siguió un discurso de 10 minutos relativo al décimocuarto aniversario de la Revolución Rusa, haciendo hincapié en el -- contraste que existe entre la Unión Soviética, sin desocupados y construyendo victoriosamente el socialismo, y los países capitalistas agobiados por la crisis, por el hambre y por la falta de trabajo. El papel de agentes del imperialismo yanqui que desempeñan los gobernantes fachistas de México y su complicidad con los asesinos de Julio Antonio Mella; la dictadura militar de Calles como instrumento de la política de represión, de paros, reajustes y ceses, de reducción de salarios y sueldos de burla a los campesinos pobres, de hambreamiento y miseria para las masas trabajadoras y como un preparativo para la intervención de México a la zaga de los EE.UU, en la guerra contra la U.R.S.S., el deber de los trabajadores y de los soldados y policías de prepararse a ser carne de cañón para la guerra imperialista -- decir que para ella salgan de México ni un solo hombre ni un solo de plano, ni un barril de petróleo; un llamamiento a luchar contra la ofensiva patronal, contra el arbitraje obligatorio y la ruptura de huelgas (que se basan en la Ley del Trabajo), contra el Plan Calles, contra las reformas que dejan sin tierra a los campesinos, -- por la defensa de la U.R.S.S., por la ayuda efectiva a los de

socupados y por el Seguro Social de la CSUN, coronado todo -- por una invitación a los trabajadores y soldados para ingresar al Partido Comunista y establecer en México un gobierno obrero y campesino..."³¹

El discurso, leído a nombre del PCM fue escuchado prácticamente en todo el continente y por una gran cantidad de personas, pues fue transmitido durante un concierto que había sido profusamente -- anunciado desde varios días antes.

El hecho causó tal irritación en los círculos gubernamentales que de inmediato se ordenó una extraordinaria movilización policia -- ca e incluso el propio Plutarco Elías Calles, entonces Secretario de Guerra y Marina, acudió personalmente a la planta transmisora -- de XEW en Tlalpan para investigar los hechos. La policía anunció -- que, habiendo quedado perfectamente definida la intención de los -- asaltantes, "quienes hablaron a nombre del comunismo mexicano", se procedería, de inmediato, a la localización y detención de los "lí -- deres activos" del PCM.³² Y, en efecto, se inició una intensa per -- secución de quienes, según la policía, habían sido responsables -- del asalto: Valentín Campa, Germán Liza Arzubide y David Alfaro Si -- queiros.³³ La movilización policíaca abarcó todo el territorio y se acusó a los responsables del asalto de los delitos de ataques a funcionarios, incitación a la rebelión y sedición.³⁴

Al mismo tiempo, el acontecimiento causó gran preocupación a los industriales de la radiodifusión, quienes se unieron para visi -- tar al jefe de la policía y pedirle protección pues temían que sus estaciones fueran "utilizadas para fines de propaganda comunista -- en un momento inesperado".³⁵ Incluso los dueños de la estación -- XEB no dudaron en acusar al PCM de "intentar asaltar" esa emisora

por el sólo hecho de haber encontrado sus oficinas "en desorden" - una mañana.³⁶

Pero no sólo en México tuvo repercusión este hecho. En varios países del continente se comentó el discurso de los comunistas. Y si en México la prensa había distorsionado en buena medida la forma en que sucedieron los acontecimientos, en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, las cosas llegaron a extremos risibles. Por ejemplo, el periódico La Opinión de Los Angeles informó con un gran encabezado del asalto a la XEW y relató, en una extensa nota, que los comunistas habían pronunciado cuatro discursos y que al terminar el último la policía había llegado a la planta de la XEW y aprehendido a "18 de los asaltantes".³⁷

Por supuesto, la toma de la XEW por el PCM no alteró de ninguna forma la situación de la radiodifusión en el país. Fue una acción aislada que dadas las características que tuvo la evolución política del país, y específicamente del movimiento obrero y la izquierda, no volvió a tener, durante muchos años, un equivalente no sólo en lo relativo a acciones clandestinas de este tipo, sino en lo referente a una lucha de las fuerzas revolucionarias por exigir su expresión legal a través de la radiodifusión. Sin embargo, como se afirmó antes, constituyó una muestra de la capacidad de respuesta de la izquierda en aquel momento de violenta represión y, fundamentalmente, para los fines de este trabajo, permite comprobar las afirmaciones hechas aquí acerca del carácter de la política estatal respecto a la radiodifusión: por un lado, no permitir la expresión política a través de ella, de ninguna fuerza ajena al gobierno y al PNR; y, por otro, otorgar todo tipo de facilidades para la acumulación y protección jurídica a la industria de la radiodifusión.

Al terminar el año de 1934 el país contaba ya con 52 estaciones comerciales y 5 estaciones oficiales.³⁸ Para entonces, empresas como la Cervecería Modelo, El Buen Tono y el diario Excélsior e industriales como Fernando Pazos (Veracruz) y Feliciano López Islas (Coahuila y Chihuahua) poseían estaciones de radio. Las facilidades para la acumulación ofrecidas a los industriales de la radiodifusión habían propiciado un gran crecimiento de la radio comercial. En sólo 4 años la subordinación de la radiodifusión a los intereses del capital había generado un tipo de programación que empezaba a preocupar a quienes habían visto en la radio una posibilidad de llevar educación y cultura al pueblo, y a generar protestas contra el rumbo que los radiodifusores privados, que controlaban la mayor parte de las estaciones existentes, habían dado al más poderoso medio de difusión conocido hasta entonces,

El Estado, por su parte, si bien se había preocupado por establecer una serie de mecanismos para facilitar la emisión de sus propios mensajes, especialmente los de carácter político, no había sido capaz de incorporar a la radio a un plan de difusión cultural y educación. Pero, además, la administración de los recursos del Estado en este campo distaba mucho de ser eficiente. Por ejemplo, el Estado cedió en 1931 la estación XEFI, hasta entonces propiedad del gobierno del estado de Chihuahua, al señor Feliciano López Islas, empresario de aquella entidad, con lo que redujo a sólo 5 el número de estaciones que poseía. De igual manera, esta ineficacia administrativa se mostraba en la inexistencia de un organismo que coordinara el funcionamiento de las estaciones estatales, lo que daba por consecuencia que éstas funcionaran sin cohesión alguna y dependieran de secretarías que no guardaban una relación muy estre

cha entre sí: Guerra y Marina (que poseía dos estaciones), Industria y Comercio y la de Educación Pública.

Esta situación trataría de resolverse en el sexenio 1934-1940, periodo que se caracteriza justamente por la eficiencia e intensidad con que el Estado utiliza la radiodifusión -y en general los -medios de difusión colectiva- pero que, al mismo tiempo, se distingue por que, en él, la radiodifusión comercial adquiere su consolidación definitiva.

NOTAS

1. Acerca de la CSUM véase, Valentín Campa, Mi Testimonio (Memo-- rias de un comunista mexicano), pp. 43-65.
2. Anatoli Shulgovsky, México en la Encrucijada de su Historia, p. 60.
3. Ibid., p. 62.
4. Por ejemplo, al final de su gobierno Calles afirmaba: "Soy mode-- rado, no sólo por mis inclinaciones personales, sino también -- por mi seguridad de que cualquier movimiento radical en México, que amenace al dominio del capital, está llamado a fracasar por la sencilla razón de que un cambio así de radical se opondría - al modo de pensar de los mexicanos. En México se observa una - clara tendencia al individualismo, que puede lograrse solamente dentro del llamado sistema capitalista. Por esta razón, el go-- bierno hará todo lo posible por defender los intereses de los - capitalistas extranjeros, que invierten su capital en la econo-- mía de México". Mexico Before The World. Public Documents and - Adresses of Calles, New York, 1927, p. 30, citado por Anatoli - Shulgovsky, Op. Cit., p. 66.
5. Ibidem.
6. Seguramente el caso más sonado fue el del asesinato del dirigen-- te campesino José Guadalupe Rodríguez, miembro del Comité Cen-- tral del PCM quien después de haber combatido la rebelión ul--- trarreaccionaria de Gonzalo Escobar "sin dejar de señalar la lí-- nea reaccionaria de Calles y Portes Gil" fue sometido a un con-- sejo de guerra sumario y fusilado junto con su Estado Mayor en 1929. Véase Valentín Campa, Op. Cit., pp. 68-69.
7. Ibid., p. 85.
8. Virginia Salas Soto, Radiodifusoras Comerciales en México, p. - 28.
9. Véanse, por ejemplo, los adjetivos adaladores que el autor Jor-- ge Mejía Prieto dedica a este personaje en su libro Historia de la Radio y la Televisión en México.

10. La primera estación con funcionamiento regular en Estados Unidos fue la KDKA de Pittsburgh, fundada en 1920 por Westing --- Electric and Manufacturing Company, empresa asociada a la RCA. En 1926, la RCA estableció la primera red "de costa a costa" - en Estados Unidos en sociedad con la NBC. Asimismo, en ese año RCA y NBC mantenían una cadena de 40 estaciones y contaban con un auditorio calculado en 25 millones de personas. RCA tenía, igualmente una red internacional de estaciones que abarcaba -- los siguientes países: Gran Bretaña, Francia, Alemania, Suecia, Noruega, Holanda, Italia, Polonia, Argentina, Brasil, Bélgica, Venezuela, Colombia, Puerto Rico, Hawai, Japón, Indochina y Fi lipinas. Finalmente, proyectaba extender la red hacia Chile y "otros países". Datos de RCA, The Place of Radio, p. 1.
11. Los anteriores datos están tomados de la entrevista con Emilio Azcárraga Vidaurreta, publicada en Radiolandia, No. 537, octubre de 1955, p. 38 y de CIRT, Anuario 1972, p. 12.
12. Véase Fátima Fernández Christlieb, "El Derecho a la Informa--- ción y los Medios de Difusión Masiva" en México Hoy, p. 335.
13. Véase, por ejemplo, el caso de la crisis de refacciones en la industria radiofónica relatado en el capítulo VII de este trabajo.
14. En efecto, a partir de 1930, las exportaciones de material radiofónico de Estados Unidos a México, comenzaron a representar importantes sumas. En ese año, la importación total de aparatos radiotransmisores, radiorreceptores, bulbos y refacciones en general realizada por nuestro país sumó \$ 3,160,233.00 y de ellos \$ 3,069,048.00 correspondieron a mercancías vendidas por empresas estadounidenses. Para 1933 las importaciones en esta - actividad sumaban \$ 3,297,584.00 de los cuales \$ 3,251,450.00 correspondieron a mercancías provenientes de Estados Unidos y en 1934, de los \$ 4,296,910.00 que sumaron las importaciones - de material radiofónico, \$ 4,217,771.00 fueron vendidos por -- las corporaciones estadounidenses. Datos de los Anuarios de Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos correspondientes a esos años.

15. La primera LVGC fue promulgada en 1888; la segunda en 1931 y - la tercera, vigente en ese momento, en 1932. El reglamento de referencia fue publicado en el Diario Oficial el 10 de julio - de 1933.
16. Véase el capítulo III de este trabajo. El texto es prácticamente el mismo y sólo se agrega una restricción: no atender a través de mensajes radiofónicos "los intereses económicos colectivos".
17. Véase el caso de las estaciones fronterizas del norte del país que se relata en el capítulo V de este trabajo,
18. Según los artículos 74° y 75° del reglamento mencionado, el Estado tenía la facultad de transmitir, a través de las estaciones comerciales, de manera gratuita y con prioridad, todos --- aquellos mensajes que el Ejecutivo o las secretarías de Estado consideraran necesario emitir.
19. El Nacional Revolucionario, 2 de enero de 1931.
20. Ibidem.
21. Ibidem.
22. Ibidem.
23. Ibidem.
24. La constitución plena de este grupo ocurriría en los años cuarenta. Me refiero al grupo de radiodifusores encabezado por -- Emilio Azcárraga Vidaurreta y al que se unirían más tarde las familias Alemán y O'Ferril. Véase el capítulo VI de este trabajo.
25. Sin embargo ocurrió un fenómeno curioso: algunas estaciones pequeñas regularizaron de inmediato su situación, como fue el caso de la XETA del señor Manuel Espinoza Tagle que obtuvo per-miso para operarla el 27 de septiembre de 1930 y sólo dos años después el 16 de agosto de 1932 se le otorgó la concesión No. 9. En cambio estaciones grandes como XEB y XEW continuaron trabajando con permiso durante más de 20 años y sólo hasta entonces regularizaron su situación. La XEB obtuvo la concesión No.

17. por 30 años, el 11 de julio de 1952 y la XEW, que trabajaba con permiso desde 1930, obtuvo la concesión No. 8, también por 30 años, el 7 de mayo de 1954.
26. Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión en conexión con la Red Telegráfica Nacional, -- Diario Oficial, 25 de septiembre de 1931, p. 2.
27. Véase Diario Oficial, 10 de julio de 1933.
28. Ibid.
29. Ibid.
30. Acerca de este hecho véanse Valentín Campa, Op. Cit., pp. 79--80, El Machete ilegal, No. 214, noviembre 10 y 20 de 1931, pp. 1-4, El Universal, 8,9,10,13,14 y 19 de noviembre de 1931, Excélsior mismas fechas. La toma de la XEW causó gran preocupación entre los círculos gobernantes y entre los industriales de la radiodifusión, no sólo por lo que políticamente significaba, sino por la destreza técnica con que fue transmitido el discurso. Quienes lo realizaron, por principio, no acudieron a los estudios de la XEW en los altos del Cine Olimpia en la calle 16 de septiembre, sino a la planta de Calzada de Tlalpan -- en donde se encontraban los controles técnicos y la antena. Esto les permitió "sacar del aire" el concierto que se transmitía desde los estudios y emitir el discurso directamente desde la planta, lo cual les dio la posibilidad de transmitir durante bastante tiempo, pues según las notas periodísticas, el operador de audio que tenía a su cargo la vigilancia de la transmisión en los estudios, tardó algunos minutos en darse cuenta de que el concierto que se originaba en los altos del Cine --- Olimpia no "salía al aire" y en su lugar la XEW transmitía la voz de los comunistas y hasta entonces avisó a la policía. Además, la lejanía de la planta de Tlalpan con respecto a la delegación de policía más cercana --la de Coyoacán-- permitió a los emisores del discurso una huida tranquila. **T**odo esto hizo que en el futuro la vigilancia sobre las instalaciones de radio -- fuera muy cuidadosa.
31. El Machete Ilegal, No. 214, pp. 1-4. Según la opinión del dia-

rio Excélsior "el asalto fue escandaloso, tanto por la forma - en que fue cometido como porque los audaces comunistas servidores de la Tercera Internacional de Moscú, al apoderarse del micrófono lanzaron al aire por todos los ámbitos de la República y hasta el extranjero un discurso incendiario y subversivo en el que fueron atacadas altas personalidades de nuestro Gobierno, como los señores ingeniero Don Pascual Ortiz Rubio, Presidente de la República y general Plutarco Elías Calles, Secretario de Guerra y Marina". Excélsior, 13 de noviembre de 1931, - p. 1, 2a. Sección.

32. El Universal, 9 de noviembre de 1931, p. 1.
33. Sin embargo, la operación estuvo a cargo del Jefe de Redacción de El Machete, Rosendo Gómez Lorenzo, y de Evelio Badillo. Según El Machete, Siqueiros se hallaba en Taxco en aquellos momentos y Liza Arzubide se encontraba en un mitin en Jalapa pronunciando un discurso en conmemoración de la Revolución Soviética y en condena al asesinato del comunista cubano Julio Antonio Mella. El Machete aclaraba, además, que ni Liza Arzubide ni Siqueiros eran miembros del PCM. Campa, por su parte, se hallaba en el Salón Palacio fungiendo como orador principal en un mitin en conmemoración del 14° Aniversario de la Revolución Soviética y "contra los paros, reajustes y rebajas de salarios". No obstante ello, la persecución fue tan intensa que Campa tuvo que reforzar sus precauciones para no ser detenido -se encontraba ya en la clandestinidad- y Liza Arzubide tuvo que solicitar un amparo, pues incluso la policía había solicitado al gobernador de Veracruz, Adalberto Tejeda, que lo detuviera.
34. Excélsior, 11 de noviembre 1931, p. 1, 1a. Sección.
35. El Universal, 10 de noviembre 1931, p. 1, 2a. Sección.
36. El Universal, 19 de noviembre 1931.
37. El Machete Illegal, Ed. Cit.
38. Virginia Salas Soto, Op. Cit., p. 27.

CAPITULO V

LA RADIODIFUSION DURANTE EL GOBIERNO CARDENISTA

1) La Situación General del País.

La política de compromisos con los sectores oligárquicos seguida por los gobiernos del "maximato" tuvo efectos graves en el campo económico (enriquecimiento de grandes capitalistas y terratenientes; desplazamiento de la pequeña y mediana burguesías de las decisiones de la política económica, del mercado y la producción por los grupos oligárquicos; sobre explotación desempleo para la clase obrera; miseria del campesinado) y en el político (represión violenta a las expresiones revolucionarias de las clases populares y acentuamiento de la subordinación de la sociedad civil con respecto al Estado). Ello provocó que en vísperas de la sucesión presidencial de 1934 se formaran en el interior del PNR dos bandos fundamentales. Uno, compuesto por Calles y sus partidarios, cuyo proyecto era continuar con la política seguida en los años más recientes. El otro, encabezado por Lázaro Cárdenas, expresidente del PNR y Secretario de la Defensa Nacional durante el gobierno de Abelardo L. Rodríguez. Esta fracción empezó a integrarse inicialmente por la simple necesidad de oponerse a la política callista e incluso tenía una composición muy heterogénea: "oficiales progresistas del ejército, intelectuales, dirigentes pequeño burgueses, líderes campesinos, políticos reformistas y hasta personajes que se sentían excluidos del grupo callista."¹ Y en ese objetivo común encontró un factor -

para cohesionarse y adquirir la fuerza suficiente para conseguir, tras una intensa lucha política, que la Convención del PNR en 1933 decidiera lanzar la candidatura de Lázaro Cárdenas. Sin embargo, - los objetivos del grupo cardenista no podían reducirse a la consecución de un triunfo al interior del PNR. Consciente de que la continuación de la política seguida por el callismo podría conducir a un estallamiento de las contradicciones y antagonismos acumulados por muchos años en la sociedad mexicana y podría, eventualmente, - poner en peligro la continuidad de los "gobiernos de la revolución", además de que obstaculizaba el desarrollo de una burguesía nacional y acercaba peligrosamente la economía a los intereses extranjeros, la fracción que apoyaba a Cárdenas impulsó la construcción de una alianza con diversas fuerzas sociales que estaban siendo fuertemente perjudicadas por la política callista. Así, el grupo cardenista se convirtió en el eje de una alianza de clases formada fundamentalmente por la pequeña y mediana burguesías, el proletariado industrial y el campesinado.² Esta alianza habría de apoyar al régimen cardenista en su lucha contra los últimos bastiones callistas al interior del gobierno (lucha que culminaría con la expulsión del "jefe máximo" en junio de 1935 y con el retiro del gabinete de los elementos callistas) y posteriormente impulsaría las reformas que, con el fin de industrializar al país, afirmar la soberanía nacional e "institucionalizar los conflictos sociales para no interrumpir el desarrollo económico del país", pondría en práctica el gobierno en ese periodo.

A estos objetivos, según el proyecto cardenista, debían contribuir todas las clases sociales del país bajo la dirección del -

Estado. Este debía ser el regulador de la vida económica mediante una intervención mayor en ella por parte del "sector público" que, sin desplazar al capital privado, creara un sector estatal fuerte que pudiera constituirse en un contrapeso al dominio que en la economía iban ganando la gran burguesía y el capital extranjero y contribuyera, además, a la formación de un sistema distributivo que facilitara a las grandes masas el acceso a los bienes de consumo. Asimismo, el Estado debía proveer a los industriales nacionales de las facilidades necesarias para la acumulación de capital (a través de estímulos financieros y protección arancelaria) con el fin de que el desarrollo de las empresas de éstos contribuyera al objetivo de industrializar al país, pero, al mismo tiempo, debía fomentar otras formas de producción, como las cooperativas que, según el proyecto del gobierno, podían coexistir perfectamente con las empresas típicamente capitalistas.

Sin embargo, el papel regulador del Estado no debía limitarse al ámbito económico. Por el contrario, debía abarcar todas las actividades fundamentales de la sociedad. En el ámbito político, el Estado debía constituirse en el árbitro de los conflictos entre las clases que personifican las relaciones entre el capital y el trabajo: la burguesía y el proletariado. Para Cárdenas las contradicciones entre los obreros y los patrones, si bien eran serias, no eran irreconciliables. Podía, en efecto, existir una lucha entre estas clases por la consecución de sus respectivos intereses, pero esta lucha debía ser institucional sin llegar al extremo de poner en peligro la estabilidad política del país y la paz social. Para evitar este riesgo, el Estado debía actuar como el regulador

de esa lucha señalando a cada contendiente las acciones que tenían derecho a realizar para la defensa y promoción de sus intereses, - pero también los límites a que esas acciones podían llegar:

"(En el proyecto cardenista) se establece que es necesario -- que los empresarios reconozcan los derechos de los trabajadores, para que se consolide la paz social entre el capital y -- el trabajo; la organización sindical obrera debe funcionar -- sin interferencias de la burguesía, ya que el gobierno se encarga de que esa organización actúe dentro del marco de la -- ley; es necesario que la burguesía y el proletariado reconozcan la hegemonía del poder público sobre sus relaciones en -- cuanto a lo que es de interés nacional; el Estado es el árbitro y regulador de las condiciones del sistema político económico nacional. En pocas palabras, el gobierno Cárdenas trata de organizar la alianza entre las clases sociales, con el fin de favorecer a unos y otros, y a la acumulación de capital." ³

Es decir, ni los capitalistas debían obstaculizar ni intervenir en la organización de los trabajadores, ni éstos debían "hacerse justicia por su propia mano y eliminar a sus explotadores." ⁴ Y de ello se encargaría el Estado pues, en tanto era el encargado de proteger el interés general, no podía proteger los intereses de -- una sola clase, pues "no se gobierna en interés de una sola clase, sino que se tienen presentes los derechos de todas ellas en la medida en que la ley los reconoce". ⁵

Para conseguir los objetivos económicos y políticos señalados, el Estado desarrolló una política encaminada a canalizar e institucionalizar las acciones de las clases. Esta política tendía a lograr el predominio del Estado sobre los impulsos clasistas, lo -- cual sería conseguido a través de la concesión de ciertas ventajas a las clases (como aumentos de salarios, protección en las huelgas;

facilidades arancelarias y crediticias para la acumulación de capitales; reparto de tierras)⁶ combinadas con presiones para su encuadramiento en organizaciones que tenían una intención corporativa. Así, el Estado promovió la organización de algunas clases o intervino en las organizaciones clasistas de otras, a través de líderes muy vinculados a él, y las subordinó a la dirección gubernamental. En el caso del proletariado, esto se produjo al cooptar el Estado una parte fundamental del movimiento obrero en centrales controladas por aquél; en el del campesinado, mediante la creación de una central campesina también controlada (la CNC) y principalmente a través del aislamiento de esta clase con respecto a otras clases explotadas.⁷ Por lo que se refiere a la burguesía, su encuadramiento en la estructura corporativa del Estado se produjo a través del establecimiento de la obligación a los empresarios para que se afiliaran a una cámara de industria o de comercio. Sin embargo, en este caso, si bien se imponían restricciones a la actuación política de los empresarios, se les otorgaban, en cambio, amplias facilidades para la negociación directa con el Estado, pues, de acuerdo -- a la Ley de Cámaras de Industria y Comercio, éstas son "órganos de consulta" de aquél. De esta manera, a través de esta estructura, el Estado, logró mantener "una posición supraclasista de poder que le facilitó imponer una orientación global proburguesa con matices populares y lograr un amplio consenso."⁸

Por lo que se refiere al ámbito cultural y educativo, fue también el Estado la fuerza directriz durante el periodo. En realidad "la mayor parte de los mensajes ideológicos y culturales recibidos por la población provienen del aparato estatal."⁹ Para el gobier-

no cardenista el control de la educación por parte del Estado era completamente necesario pues, a través de ella, se podía elevar el nivel cultural y la capacitación técnica de grandes núcleos de población, especialmente infantil, la que de esta forma estaría preparada "para una mejor concepción de sus deberes para con la colectividad y (...) para la lucha social en la que habrán de participar cuando alcancen la edad suficiente para intervenir como factores de la producción económica."¹⁰ De ahí los grandes esfuerzos -- del gobierno cardenista para elevar el número de planteles escolares, especialmente de educación primaria.

A esta necesidad del Estado de incrementar las posibilidades de educación de amplios núcleos de la población y de dirigir el -- contenido de esa instrucción, se sumó otra: la de contar con me--- dios de difusión masivos mediante los cuales lograr la incorpora-- ción "ideológica y espiritual" de las grandes masas al proyecto po-- lítico del Estado. Esto, que es el objeto de análisis de este capí-- tulo lo veremos con detalle más adelante. Baste señalar, por ahora, que en relación a la radiodifusión, fue el sexenio cardenista uno de los periodos en los que el Estado ha hecho una mejor utiliza--- ción de este medio.

Pero el éxito de la política cardenista en cuanto a la obten-- ción de consenso y apoyo populares no se debió, por supuesto, a -- una simple manipulación de las clases sociales por parte del Esta-- do para lograr imponer su proyecto. Por el contrario, durante los primeros años del régimen cardenista, especialmente de 1935 a 1938, existió, como ya se indicó una coincidencia coyuntural en los inte-- reses económicos de la incipiente burguesía industrial, el proleta

riado y el campesinado, lo que posibilitó su alianza en torno al Estado. Sin embargo, esta situación no podía ser permanente, como tal vez lo soñaron los cardenistas, y la eficiencia de la política del gobierno tenía que agotarse en cuanto una de las fuerzas comenzara a ganar la hegemonía. Asimismo, el carácter de clase del Estado tenía que definirse con toda claridad.

En efecto durante el periodo cardenista el Estado pudo realizar un conjunto de importantes reformas. Por un lado se otorgaron estímulos fiscales y crediticios a los empresarios nacionales para la creación de nuevas empresas;¹¹ se realizaron cuantiosas inversiones en obras de infraestructura; se establecieron mecanismos arancelarios para proteger la producción de los industriales nacionales a través de impuestos prohibitivos a la importación de aquellos productos que ya eran fabricados en el país; se facilitó la importación de equipo y materias primas que no se producían en México; se creó un sistema crediticio para impulsar la agricultura y la industria mediante la creación de bancos estatales.¹² Pero así como se trató de proteger e impulsar el capital nacional mediano y pequeño a través de estas medidas, el gobierno cardenista elevó los impuestos sobre las ganancias de la gran burguesía y los monopolios extranjeros.¹³ Asimismo, el gobierno se preocupó por crear y mantener un conjunto de condiciones políticas y económicas para mejorar las condiciones de vida de las clases populares. Aquí hay que destacar la política agraria de amplio reparto de tierras practicado por el régimen¹⁴ y el apoyo, otorgado por éste a gran cantidad de movimientos huelguísticos organizados por los obreros en busca de mejores niveles de vida. Esta política, por supuesto, tuvo varios efec-

tos. Por ejemplo, el mercado interno se amplió con el consiguiente beneficio para la burguesía que de esta forma obtenía un nuevo estímulo para la inversión. Asimismo, otorgó al Estado el apoyo necesario por parte de los campesinos para luchar contra los terratenientes y su expresión política, el cacicazgo, cuya existencia se oponía al proyecto modernizador del régimen. Y en general dio al gobierno cardenista un gran consenso entre las masas y el apoyo necesario por parte de estas para emprender acciones tan importantes como la expropiación petrolera y la nacionalización de los ferrocarriles.

Sin embargo, la política redistributiva del régimen comenzó a agotarse en los dos últimos años del periodo 1934-1940. Las causas de esto fueron tanto de orden económico como de carácter político. En efecto, la política de reformas llevada a cabo por el régimen cardenista había sido sostenida gracias a un gran aumento -incluso deficitario- del gasto público. El Estado no había dudado en recurrir a la emisión extraordinaria de dinero para proveerse de recursos financieros.¹⁵ Con ello se había creado la infraestructura necesaria para la inversión productiva y el Estado esperaba que la burguesía respondiera a estos estímulos aumentando su inversión, pero esto no ocurrió así y lejos de ello, ésta fue bajando o se dirigió a inversiones improductivas. A pesar de todo el Estado había consolidado su posición rectora en la vida económica del país gracias a esta política. Sin embargo, después de la expropiación del petróleo empezó a debilitarse su situación financiera. El gobierno cardenista tuvo que soportar un fuerte boicot económico (fuga de capitales, suspensión de inversiones, etcétera) y de desprestigio pro

movida por la gran burguesía y el imperialismo, el peso fue devaluado¹⁶ y aunque el régimen cardenista trató de sostener su política reformista empezó a tener cada vez más obstáculos.

Pero, además de los problemas económicos, el gobierno comenzó a ver debilitada la alianza de clases que había sido su base social de apoyo.¹⁷ Esto era resultado de la agudización de la lucha de -- clases en el país y del agotamiento de un proyecto político que desencansaba en la coincidencia coyuntural de intereses de las clases -- que formaban la alianza con el Estado.

En efecto, aunque la política cardenista estuvo revestida de una fraseología de apariencia "socialista" que mucho preocupó a la burguesía en general, estuvo muy lejos, como es bien sabido, de intentar una "vía no capitalista" de desarrollo para el país.¹⁸ Por el contrario, el gobierno siempre pugnó por el respeto a la propiedad privada y nunca se propuso la socialización de los medios de -- producción. "Lejos de que el capitalismo fuera dañado por el régimen cardenista, se establecieron, precisamente durante este periodo, las bases de todo el proceso de desarrollo industrial que caracterizaría a México hasta nuestros días."¹⁹ Y si bien el gobierno llevó a cabo medidas en contra de los grandes capitalistas nacionales y -- extranjeros, los cuales fueron afectados en ciertos momentos por -- ellas (lo que provocó serios conflictos entre aquellos y el presidente)²⁰, el poder de esos empresarios no fue suprimido en definitiva. Más aún, el conjunto de reformas efectuadas por el gobierno para impulsar la industrialización, especialmente la ampliación del -- mercado interno y las obras de infraestructura, habían beneficiado también a esta gran burguesía,²¹ Esto hizo que, aun sin contar con

la hegemonía política, la gran burguesía mantuviera su peso económico y que hacia finales del periodo cardenista redoblara su actividad política con vistas a influir de manera determinante para que la sucesión presidencial de 1940 se resolviera de una manera favorable a sus intereses. Esta sería un acontecimiento fundamental y de la forma en que se solucionara dependería en buena parte el rumbo que tomaría el país en el futuro. De ahí que ya desde fines de 1938 las diferentes fuerzas políticas del país comenzaran a manifestar sus inclinaciones con respecto a las personas y los proyectos que deberían gobernar al país a partir de 1940,²²

La necesidad de definirse ante este problema fue, sin duda, un importante factor que aceleró el debilitamiento de la alianza de las fuerzas que apoyaban a Cárdenas. La pequeña y mediana burguesías, que habían apoyado a Cárdenas, empezaron a retirarle su apoyo temerosas de una posible profundización de su política de reformas que les hiciera perder la situación que habían logrado gracias a los estímulos del gobierno. Así, estas fuerzas se manifestaron desde 1939 por una política de "estabilización" de la situación en el país.

Pero el factor fundamental que impidió que la alianza cardenista mantuviera la hegemonía en la sociedad mexicana y, más aún, que las reformas practicadas durante ese periodo se profundizaran fue el peculiar comportamiento político que la clase obrera y sus organizaciones tuvieron en toda esta etapa de la historia del país. Si bien el proletariado fue una de las principales fuerzas motrices que impulsaron las reformas cardenistas, nunca pudo convertirse en la fuerza hegemónica al interior de la alianza que apoyaba a Cárde-

nas. Por el contrario, a medida que iba transcurriendo el sexenio, las organizaciones sindicales, entre las que destacaba la CTM, fueron siendo controladas por el Estado. Esto se debió no sólo a la presencia en ellas de líderes reformistas o reaccionarios que, mediante maniobras e imposiciones, fueron apoderándose de la dirección de esas organizaciones, sino a los errores cometidos por la parte más importante de la izquierda en el país: el PCM.²⁴

En efecto, las resoluciones tomadas en el Consejo Nacional de la CTM en 1937, en el cual logró imponerse la línea reformista encabezada por Fidel Velázquez y Lombardo Toledano y la aplicación por parte del PCM de la política de "unidad a toda costa" adoptada en el pleno del Comité Central de julio de 1937 y prácticamente impuesta por la III Internacional Comunista, constituyeron un freno para el desarrollo de una política independiente y revolucionaria de la clase obrera en un momento decisivo en la historia del país. Siguiendo las resoluciones del pleno que afirmaban que el PNR "y sobre todo la CTM juegan un papel decisivo en la etapa actual de la Revolución Mexicana..."; que planteaban la necesidad de que el PCM prestara todo su esfuerzo para "cooperar en la creación de un amplio movimiento del frente nacional que abarque a la CTM unida, a la CNC, al PNR en su conjunto, a las demás organizaciones populares y de hecho al gobierno todo" y que resolvían "reconocer los acuerdos del IV Consejo y la autoridad del Comité Nacional que encabeza el compañero Lombardo",²⁵ el PCM adoptó una línea política que contribuiría a someter la fuerza política de la clase obrera y de la izquierda a la dirección de la burguesía, pues, de acuerdo a las consignas de la Internacional Comunista, la tarea fundamental

en ese momento era la creación de un "frente popular" que luchara contra el fascismo y no el desarrollo de tareas abiertamente revolucionarias.

De esta manera, se anularon las posibilidades de que se desarrollara una política sindical independiente del Estado y, más aún de que la izquierda en general, y especialmente su partido fundamental, pudiera elaborar un proyecto propio que le permitiera enfrentarse con éxito, en beneficio de los intereses de la clase obrera, el problema de la sucesión presidencial de 1940.

En estas condiciones, la izquierda y la clase obrera, fueron incapaces de plantearse la lucha por la hegemonía en la sociedad y por el poder del Estado; no pudieron oponer un proyecto político independiente, alternativo al que la burguesía y sus representantes en el interior del aparato estatal empezaban a desarrollar. Partiendo de la idea de que las fuerzas antifascistas, nacionalistas y democráticas, entre las que se incluía a clases y sectores que iban desde el proletariado hasta la parte de la burguesía considerada "democrática", una parte fundamental de la izquierda encabezada por el PCM decidió, en principio, abstenerse de participar en el problema de la sucesión presidencial con el fin de no contribuir a la división en el PRM, para finalmente apoyar la candidatura de Avila Camacho.²⁶ Esto impidió que las fuerzas de izquierda pudieran unificarse en torno a un programa y un candidato que hicieran frente al proyecto que la burguesía estaba ya implementando. Así, la candidatura del general Francisco J. Mújica "que representaba en el gabinete Cárdenas la corriente más avanzada, la más ligada al movimiento obrero",²⁷ cuyo proyecto tenía la perspectiva -

de situarse "más a la izquierda que el de Cárdenas", no pudo ser sostenida por el conjunto de las fuerzas de izquierda del país. Y en esta situación de errores políticos, de abandono de una política independiente y revolucionaria por una parte fundamental de la izquierda (causada por la "adopción impuesta" de una línea política que no correspondía a la situación concreta del país) y de fortalecimiento económico y político de la burguesía y las fuerzas de derecha, empezó a producirse, en la sociedad mexicana, un cambio sustancial en la correlación de fuerzas.

Ante la inorganicidad del movimiento obrero causada por la imposición en su dirección de líderes reformistas y reaccionarios, ante la confusión de grandes núcleos de trabajadores producida por la política adoptada por el PCM y ante la incapacidad de éste, en esa coyuntura, para actuar como partido revolucionario, la derecha empezó a ganar terreno y terminó por imponer en la presidencia a un personaje que garantizaba la rectificación de la política reformista seguida en los años anteriores y aseguraba la instauración de una etapa "constructiva de la revolución", la "unidad de las clases" y la tranquilidad para el país.²⁸ Con la llegada a la presidencia de Manuel Avila Camacho se empezó a consolidar un nuevo bloque en el poder dirigido por el sector de políticos profesionales de la burocracia y en el cual la gran burguesía ligada al capital extranjero ocupaba un lugar fundamental y había agrupado en torno suyo a la burguesía industrial y a la burguesía agraria.²⁹ La etapa de reformas necesarias para la consolidación y modernización de las relaciones capitalistas de producción en el país había concluido y a pesar de la intensa movilización de las masas (factor

fundamental para realizar esas reformas) la clase obrera y la izquierda no habían podido convertirse en la fuerza hegemónica que dirigiera el proceso de reformas desarrollado en este sexenio y lo condujera hacia una profundización que pudiera culminar con la transformación de la sociedad. Por el contrario, tras este periodo gran parte de la clase obrera quedó plenamente sujeta al control del Estado y la izquierda penetró en una larga crisis de la cual tardaría muchos años en empezar a recuperarse.

Ahora bien, como es obvio, esta situación general del país tuvo una expresión fiel en el ámbito de la radiodifusión. Durante este periodo, la radiodifusión se caracteriza, en efecto, por su utilización en gran escala por parte del Estado para controlar, organizar y guiar la acción de las masas y enmarcar sus luchas y su fuerza dentro del proyecto estatal. Se caracteriza, asimismo, por haber permanecido cerrada para la expresión libre y autónoma de las clases populares y de las organizaciones revolucionarias. Y se caracteriza también porque a pesar de que durante él la radiodifusión comercial fue duramente criticada e incluso surgieron proyectos muy serios en las esferas de mayor jerarquía del gobierno que tendían a limitar el dominio que la burguesía iba adquiriendo en la actividad radiofónica, fue justamente en este sexenio cuando, gracias a los beneficios otorgados por el gobierno a la industria de la radiodifusión, ésta alcanzó su consolidación definitiva y preparó las bases para su acelerada expansión en los años cuarenta. Todo esto lo veremos a continuación.

2) La Ubicación de la Radiodifusión en el Proyecto Político del Estado.

En la medida en que el proyecto cardenista dependía para su cabal aplicación de una política de masas que las organizara y movilizara en apoyo de los actos del Estado, nada tiene de extraordinario que durante este régimen los medios de difusión, en especial la radio, fueran empleados por el gobierno de una manera muy amplia. Y no es extraño, además, porque Cárdenas había dado ya muestra de su capacidad para utilizar los medios masivos como instrumentos propagandísticos desde su estancia como presidente del PNR en 1931, año en que se fundó la estación radiofónica de este partido y en que, de acuerdo al plan de actividades trazado por el general michoacano, tanto el periódico "El Nacional Revolucionario" como la XE-PNR habían desarrollado una intensa campaña de "difusión ideológica".

Así, al tomar posesión de la presidencia de la República, Cárdenas comenzó de inmediato a dictar medidas tendientes a lograr -- que la radio fuera utilizada para establecer un contacto estrecho entre el gobierno --y muy en especial el presidente-- y el pueblo. -- Apenas a un mes del inicio de su gobierno, en ocasión del mensaje dirigido al país el 1° de enero de 1935, Cárdenas logró cubrir --- prácticamente todo el territorio nacional con una transmisión radiofónica.

Para conseguir una completa eficacia técnica en sus emisiones, la presidencia nombró coordinador de ellas a Guillermo Morales Blumenkron, quien ya había dirigido las transmisiones de radio de la campaña electoral de Cárdenas. La transmisión de este mensaje fue

escuchada, según el informe presentado por Morales Blumenkron, por 4 millones de personas en México y otros tantos en el extranjero, ya que se había logrado encadenar a las 21 estaciones con mayor potencia en la República, cuya potencia conjunta reunía 181,775 watts y además se habían colocado magnavoces en la terraza del Palacio de Bellas Artes y en el balcón del Palacio Nacional,³¹

El éxito de esta transformación, hizo a Morales Blumenkron recomendar al gobierno un uso en gran escala de la radio, pues, según el coordinador de las transmisiones presidenciales, la emisión del 1° de enero de 1935 mostraba "la enorme posibilidad publicitaria de la radio, incomparable a la de la prensa, ya que, para informar a igual número de personas, los cuatro principales diarios: 'El Nacional', 'El Universal', 'Excélsior', y 'La Prensa', considerando que su tiro global ascienda a 120,000 ejemplares diarios y que cada ejemplar sea leído por tres personas, necesitaría 22 días publicando consecutivamente el Mensaje Presidencial para alcanzar la cifra de personas que lo conocieron por conducto del radio."³²

Y, en efecto, aunque hay que aclarar que el gobierno de Cárdenas nunca descuidó las posibilidades propagandísticas de ninguno de los otros medios de difusión colectiva, la eficaz utilización de la radio constituyó una de las mayores preocupaciones en la política de difusión colectiva del régimen.³³ De ahí que el gobierno realizara una intensa campaña para dotar de aparatos de radio al mayor número de poblaciones pequeñas y alejadas de los centros urbanos, así como a las escuelas rurales.³⁴

Sin embargo, los esfuerzos del gobierno por utilizar eficazmente los medios masivos se enfrentaron, durante los dos primeros

años del régimen cardenista, con un problema grave: la falta de --
 coordinación entre las diferentes dependencias del gobierno que --
 emitían información oficial. Esto encerraba el riesgo de que esas
 dependencias pudieran tener, de acuerdo al ámbito de su competen--
 cia, una interpretación parcial de los acontecimientos nacionales
 y pudieran, asimismo, emitir una información contradictoria al no
 estar la información del gobierno regida por una política de difu--
 sión central. Por ello, era necesaria la creación de un organismo
vinculado directamente con el presidente de la República que se en--
 cargara de centralizar la información proveniente de todas las se--
 cretarías de Estado y departamentos, de procesarla de acuerdo a la
 política del régimen y de difundirla masivamente siguiendo también
 los lineamientos de ésta. Además, este organismo debía ser capaz -
 de difundir "la doctrina y la ideología de la revolución" y de in--
 fluir con ellas en el pensamiento y la acción del mayor número po--
 sible de mexicanos:

"El desarrollo de un programa definido de gobierno requiere -
 de órganos de publicidad y propaganda coordinados bajo una so--
 la dirección y aplicados a realizar una obra continua de difu--
 sión de hechos y doctrinas en la mente pública; así, todo go--
 bierno que no se limite a cuidar el orden sino que además ---
 ejerza funciones definidas que tiendan a fomentar la potencia--
 lidad económica del país, así como a fijar conceptos de ética
 colectiva debe disponer de un mecanismo adecuado para actuar
 sobre la atención pública nacional y extranjera.

"Hasta aquí, la propaganda de los principios en que se ha fun--
 dado la acción gubernativa se ha desarrollado más bien inco--
 nexamente y con un fin propiamente expositivo, pero sin obede--
 cer a un propósito general del Estado.

"Designios tan trascendentes como la unificación de la clase

campesina han sido tomados a su cargo por el Ejecutivo, a sabiendas de que requieren una enérgica propaganda en el terreno de los principios y una sostenida campaña educativa en las masas, que sólo pueden realizarse a través de una coordinada difusión de hechos y doctrinas."³⁵

Por todo lo anterior, se creó en diciembre de 1936, mediante un decreto presidencial, el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad.

El Departamento Autónomo de
Prensa y Publicidad (DAPP).

Contar con un organismo como el DAPP era para el gobierno de Cárdenas una necesidad impostergable, pues a medida que este régimen iba realizando reformas significativas en el país, las campañas propagandísticas en su contra promovidas por la gran burguesía nacional y el capital imperialista iban en aumento. El gobierno requería, por lo tanto, de desarrollar una "contrainformación" permanente que hiciera frente a esas campañas, un ejemplo de las cuales había sido la desatada por los terratenientes de La Laguna cuando el gobierno expropió grandes extensiones de tierra en esa comarca para aplicar en ella la reforma agraria a través del establecimiento allí de cooperativas de producción.³⁶ Ante los ataques del gran capital, Cárdenas, según sus propias palabras, había tenido que realizar "un gran esfuerzo de publicidad para hacer saber los fundamentos legales de la actuación del Gobierno Revolucionario, para explicar la necesidad ineludible de resolver el problema de la tierra en la Comarca Lagunera".³⁷ Esto, junto con el aumento de

la propaganda anticardenista en el extranjero, había originado que el presidente acelerara la creación de un organismo que centralizara la información oficial, cuyo proyecto estaba en estudio desde hacía varios meses.

En efecto, ya desde 1935, en los primeros meses de su gobierno, Cárdenas había recibido sugerencias en el sentido de crear un organismo que "planificara la propaganda estatal". Entre ellas destaca la del Magistrado del Tribunal Superior de Justicia, Carlos Soto Guevara, quien propuso al presidente la creación de un Departamento de Propaganda Social. Este organismo debía encargarse, a juicio de Soto Guevara, de funciones como las siguientes: propagandizar la política "de acción económico-social del Ejecutivo Federal" y justificar las soluciones que, de acuerdo con ella, se dieran a los problemas del país; encargarse de la propaganda del conjunto de Secretarías y Departamentos dependientes del Ejecutivo; divulgar lo anterior "por medio de transmisiones de radio, conferencias, conciertos y representaciones teatrales", a través de la "publicación y circulación de libros, folletos, periódicos y revistas" a cargo de una "Editora de Propaganda Social" y por medio de la elaboración de películas; desarrollar campañas "en favor de la creación de medios socialistas de producción" y de "la escuela socialista y la desfanatización del pueblo"; ejercer el control de las estaciones radiodifusoras para que sus transmisiones estén dentro de la ley y para que éstas colaboren por lo menos con el diez por ciento de la obra del departamento en los términos que éste señale; el control en la exhibición de películas nacionales y extranjeras y de las obras de teatro de acuerdo con una política trazada

por el Departamento y a la que debían sujetarse los dueños de salas cinematográficas y teatros; la dirección de los Talleres Gráficos de la Nación, del Teatro Hidalgo, del Palacio de Bellas Artes y del Estudio Nacional." Este Departamento debía "realizar sus funciones de manera integral en la República" y por ello debían celebrarse convenios con todos los Gobernadores de los Estados.³⁸

El primer paso para la creación del organismo coordinador de la información estatal había sido dado en agosto de 1936 con la constitución de la Dirección de Publicidad y Propaganda dependiente de la Secretaría de Gobernación. Esta dirección fue, según el propio Cárdenas, "un intento por dar satisfacción a las necesidades publicitarias y de propaganda (del Estado), pero la práctica ha demostrado que el órgano central de referencia requiere plena autonomía para poder desarrollar su función con la mayor eficacia posible."³⁹ Tal autonomía, sin embargo, significaba en realidad una dependencia mucho más estrecha del Ejecutivo. El nuevo organismo, como afirmé antes, debía estar en contacto directo con el presidente de la República sin intermediación de secretaría alguna.

A finales de 1936, el presidente Cárdenas solicitó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público un dictamen acerca del proyecto de crear un "Departamento Autónomo de Publicidad" y un cálculo aproximado de cuánto costaría su instalación. En términos generales, el dictamen de la SHCP contenía los siguientes resultados:

1) Se señalaba que "un Departamento Autónomo de Publicidad produciría, como primer efecto, la imposición de orden en materia de publicaciones oficiales. En la actualidad cada Ramo cuenta con organismos encargados de estas actividades, pero todo resulta en -

medio de gran desorden y con gasto crecidísimo."⁴⁰

2) Se indicaba que el nuevo Departamento podría encargarse de "los servicios informativos y de publicidad legales de todos los ramos"; de "coordinar la publicación de revistas y de obras de propaganda, cultural, higiénica, etc.;" de la "propaganda turística y las informaciones del Ejecutivo" y de "fomentar el turismo".⁴¹

3) Se afirmaba que, a través de este Departamento, podría realizarse una coordinación de las publicaciones oficiales que redujera los altos gastos que en ellas se realizaban y ascendían a un millón de pesos. Con el nuevo Departamento, se podría establecer un programa que tuviera como centro a los Talleres Gráficos de la Nación, los cuales debían funcionar de tal forma que pudieran satisfacer las necesidades de publicaciones requeridas por las diversas dependencias. Con ello se lograría "una considerable economía" y, además, se evitaría que éstas mandaran a realizar sus trabajos a editoras particulares, lo que daba lugar a que se hicieran gastos muy elevados y se violara el Acuerdo Presidencial que ordenaba que todos los trabajos de imprenta de las dependencias del Ejecutivo se hicieran en los Talleres Gráficos de la Nación.

4) Finalmente, se afirmaba en el dictamen que, para poner a funcionar este Departamento Autónomo de Publicidad, debería erogarse la cantidad de cien mil pesos y se recomendaba que se pudiera en marcha hasta febrero o marzo de 1937 "para que, con toda acuciosidad, pueda hacerse un estudio y se trace un programa que sea una positiva economía para el erario y, al mismo tiempo, se logre lo más importante: orientación y control en materia de publicidad."⁴²

Sin embargo, el DAPP comenzó a funcionar el 1° de enero de 1937 por orden de un decreto presidencial que reformó y adicionó -

la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado. Por medio de esta modificación, el DAPP quedaba incluido en una lista de dependencias que sumaban 8 secretarías y 8 departamentos autónomos. En el artículo 15b de la citada Ley se especificaban las funciones que estarían a cargo del DAPP:

- "I. Publicidad y propaganda oficiales.
- "II. Dirección y administración de las publicaciones periódicas dedicadas a realizar la publicidad y la propaganda especial o general de las dependencias del Ejecutivo; así como la dirección y administración de los nuevos órganos periodísticos que se considere necesario editar.
- "III. Información oficial:
 - a) A la prensa nacional y extranjera.
 - b) A las agencias cablegráficas e informativas.
 - c) A las autoridades civiles y militares y
 - d) A los representantes de México en el extranjero.
- "IV. Servicio de propaganda a los periódicos del país y del extranjero.
- "V. Servicio editorial de publicidad y propaganda (libros, folletos, álbumes, y medios semejantes).
- "VI. Edición de películas cinematográficas, informativas, educativas y de propaganda.
- "VII. Autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas en toda la república y exportar las producidas en el país, conforme al reglamento que se expida.
- "VIII. Dirección y administración de las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo, con excepción de las que forman parte de la Red Nacional y las que dependen de la Secretaría de Guerra y Marina.

- "IX. Supervisión y reglamentación de la propaganda y publicidad hecha por medio de estaciones radiodifusoras comerciales y culturales establecidas en la república.
- "X. Propaganda directa por circulares, cartas y otros medios semejantes.
- "XI. Propaganda indirecta por medio del teatro, carteles, periódicos, murales, frases postales, engomados, placas cinematográficas y otros medios semejantes.
- "XII. Distribución de toda clase de material de publicidad y propaganda.
- "XIII. Diario Oficial de la Federación y compilación y publicación de toda clase de leyes y disposiciones del Gobierno Federal.
- "XIV. Archivo General de la Nación.
- "XV. Talleres Gráficos de la Nación, su actual equipo y todo el que pertenece a las diversas imprentas dependientes del Ejecutivo Federal, con excepción del de los Talleres de Impresión de Estampillas y Valores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el de los talleres anexos a las Escuelas Técnicas de la Secretaría de Educación Pública."⁴³

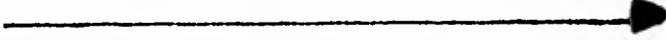
Como director del DAPP, Cárdenas nombró a Agustín Arroyo Ch.

Como puede observarse, a través del DAPP el gobierno se proponía ejercer un control estricto no sólo de la información oficial, sino de cualquier información que se transmitiera a través de los medios masivos. En ese sentido apuntan las disposiciones que asignan al DAPP funciones como la de dotar de información oficial a la prensa nacional y extranjera y a las agencias informativas con lo cual se trataba de evitar, en la medida de lo posible, que en los periódicos aparecieran informaciones relativas al gobierno enfocadas desde una perspectiva que pudiera generar opiniones contrarias

a él en un número considerable de personas;⁴⁴ como la de tener a su cargo la autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas y como la de supervisar la propaganda y la publicidad hechas por medio de estaciones radiodifusoras comerciales y -- culturales establecidas en el país. Con estas disposiciones se completaba el conjunto de medidas jurídicas y políticas con que el Estado establecería en esos años un control efectivo sobre el contenido de los mensajes emitidos por la casi totalidad de los medios de difusión masiva. Junto con todo lo anterior, existía el ordenamiento legal que prohibía el tratamiento de asuntos políticos que había sido ratificado en el artículo 84 del Reglamento para Estaciones Radiodifusoras, Comerciales, Científicas, Culturales y de Aficionados de 1936.⁴⁵ Y, por si ello fuera poco, el Estado tenía desde 1935 el control exclusivo de la importación y distribución del papel con que se fabricaban los periódicos y las revistas del país a través de la Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA).

Sin embargo, como veremos más adelante, este control político sobre los medios de difusión nunca constituyó un freno para el establecimiento y expansión de empresas que, con el tiempo, obtendrían enormes ganancias a través de la explotación comercial de esos medios. Por el contrario, si bien el gobierno limitó la expresión política de los propietarios de los medios, como una medida de protección a sí mismo y para eliminar los obstáculos que se opusieran a la realización de su proyecto político, les otorgó, a cambio, enormes facilidades para la acumulación. En el caso de la prensa, la existencia de la PIPSA 

a él en un número considerable de personas;⁴⁴ como la de tener a su cargo la autorización para exhibir comercialmente películas cinematográficas y como la de supervisar la propaganda y la publicidad hechas por medio de estaciones radiodifusoras comerciales y -- culturales establecidas en el país. Con estas disposiciones se completaba el conjunto de medidas jurídicas y políticas con que el Estado establecería en esos años un control efectivo sobre el contenido de los mensajes emitidos por la casi totalidad de los medios de difusión masiva. Junto con todo lo anterior, existía el ordenamiento legal que prohibía el tratamiento de asuntos políticos que había sido ratificado en el artículo 84 del Reglamento para Estaciones Radiodifusoras, Comerciales, Científicas, Culturales y de Aficionados de 1936.⁴⁵ Y, por si ello fuera poco, el Estado tenía desde 1935 el control exclusivo de la importación y distribución del papel con que se fabricaban los periódicos y las revistas del país a través de la Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA).

Sin embargo, como veremos más adelante, este control político sobre los medios de difusión nunca constituyó un freno para el establecimiento y expansión de empresas que, con el tiempo, obtendrían enormes ganancias a través de la explotación comercial de esos medios. Por el contrario, si bien el gobierno limitó la expresión política de los propietarios de los medios, como una medida de protección a sí mismo y para eliminar los obstáculos que se opusieran a la realización de su proyecto político, les otorgó, a cambio, enormes facilidades para la acumulación. En el caso de la prensa, la existencia de la PIPSA 

men comunista de Cárdenas" que aumentó especialmente a raíz de la expropiación petrolera. Este problema era, sin duda, uno de los -- que mayormente preocupaba al gobierno:

"...ha faltado (...) en la República una organización que merezca confianza a los periódicos y a las agencias informativas del extranjero, la cual les proporcione, sin solicitud -- previa y como servicio sistemático, material autorizado y verídico para presentarlo ante los públicos internacionales como fiel reflejo de la vida mexicana. Esta deficiencia ha permitido a instigadores interesados difundir sin contradicción sólida y permanente, los mayores absurdos acerca de la situación interior del país.

"El Ejecutivo de la nación por conducto de la Secretaría de - Relaciones Exteriores acude ciertamente a desmentir falsedades y a difundir en el extranjero por medio del radio y de la letra impresa conocimientos exactos sobre México; pero tales esfuerzos se realizan prácticamente aislados, como los demás de índole publicitaria oficial, y la dispersión les resta necesariamente eficacia."⁴⁸

Por ello, el DAPP incluía entre sus funciones la de dar información oficial a periódicos y agencias extranjeras y la de hacer -- llegar, por todos los medios posibles, al mayor número posible de países, información sobre México que hiciera frente a la propaganda contraria al gobierno que llegaba a esos lugares.

Durante prácticamente todo 1938, el DAPP desarrolló una intensa campaña internacional para defender al gobierno y especialmente al presidente de los ataques de que eran objeto.⁴⁹ Ella incluyó -- una gama muy variada de procedimientos propagandísticos: inserciones en periódicos extranjeros pagadas por el gobierno mexicano, -- transmisiones por radio al extranjero (por ejemplo, en abril de --

1938 se realizó una originada en XEW y XEWW -onda corta esta última- que cubrió a Estados Unidos a través de 65 estaciones de la cadena NBC), envío de "destacados intelectuales a diversos países, - especialmente a Estados Unidos, para explicar a través de conferencias y entrevistas con la prensa, la verdadera situación del país."⁵⁰ Por su parte los detractores del régimen cardenista, especialmente las compañías petroleras expropiadas, empleaban todo tipo de medios para desarrollar su campaña contra el gobierno asesorados incluso por prestigiadas empresas de publicidad. Así, por ejemplo, - la compañía petrolera Huasteca Petroleum Company subsidiaria de la Standard Oil, contrató los servicios de la "más dinámica y agresiva" agencia de publicidad de Estados Unidos en la época: Steve Hannagan Inc.

Como puede observarse, el DAPP funcionó en el periodo cardenista como un auténtico "laboratorio de comunicación social"⁵¹ del Estado; era, como ya se indicó, el lugar donde se concentraba, procesaba y difundía la información oficial bajo dos formas principales: la publicidad y la propaganda. Ambas tenían, para el presidente Cárdenas, una función muy precisa. En el caso de la publicidad, esta tenía para el general michoacano un significado completamente distinto al que hoy le damos.

Para Cárdenas, la publicidad era el medio para explicar a las masas la razón de ciertas acciones del gobierno y para ofrecer la justificación política de las mismas. La propaganda era, a su vez, un dispositivo "de tipo ideológico" cuyo objetivo era la movilización de las masas. Es decir, mediante la publicidad y la propaganda el presidente esperaba que las masas comprendieran y aprobaran

sus actos de gobierno y se movilizaran para apoyarlos.⁵² Al respecto resulta ilustrativo el siguiente párrafo:

"Claros ejemplos de esta necesidad (la de crear el DAPP;FMB) han sido últimamente ofrecidos por el caso que se refiere al fomento económico y social de los Territorios Norte y Sur de la Baja California y el de Quintana Roo, y por el relativo al problema agrario de La Laguna que han requerido, el primero, una amplia campaña de propaganda para provocar la colaboración de todo el pueblo, y el segundo un gran esfuerzo de publicidad para hacer saber los fundamentos legales de la actuación del Gobierno Revolucionario y para explicar la necesidad ineludible de resolver el problema de la tierra en la Comarca Lagunera."⁵³

Y aunque existen opiniones según las cuales la eficiencia del DAPP no era mucha,⁵⁴ existen datos que conducen a pensar lo contrario.

Según el informe presentado por el director del DAPP, Agustín Arroyo Ch. al Congreso de la Unión en 1938, el Departamento había cumplido plenamente con su cometido:

"Se coordinó ideológica y sistemáticamente cuanto fue objeto de propaganda, de publicidad, de exhibición y de edición oficial.

"Se comentó, explicó y se dió fundamentación teórica a las informaciones oficiales.

"Se revisó y se rectificó, en los casos que se juzgó conveniente, las informaciones nacionales y extranjeras que no correspondieron a la realidad.

"Se hizo la promoción y la planeación y la propaganda oficiales.

"Se orientó sobre la forma de realizar la propaganda y la publicidad de los Gobiernos Locales que mantienen nexos con el DAPP."⁵⁵

Para cumplir con todo esto, el DAPP realizó durante 1937-1938 las siguientes actividades:

a) Envío de 6,053 noticias procedentes de todas las dependencias del Poder Ejecutivo Federal a los diarios de la capital. En total se compraron "mediante considerables descuentos" 291,100 líneas ágata. Además "se logró la cooperación gratuita de periódicos y revistas de la república con 129 gacetillas y gran número de entrefiletos" que sumaron 658,964 líneas ágata.

b) Producción de 1,301,300 ejemplares correspondientes a 19 publicaciones oficiales; 35 carteles offset distintos con un tiro de 843,934 ejemplares relativos a campañas políticas, culturales, educativas y de salubridad; 842,687 ejemplares de carteles de tipografía y grabado; y 89 modelos de volantes y tarjetas, cada uno -- con tiros de 1,358,523 ejemplares que se repartían en mítines y manifestaciones.

c) Producción en ese lapso de 12 películas (y el inicio de 8 más) en su mayoría "educativas y documentales" con títulos como -- "Danzas Autóctonas Mexicanas", "Desfile Atlético 1937", "La Nacionalización del Petróleo" (sobre la manifestación del 23 de marzo de 1938 en apoyo al presidente), "México y su Petróleo". De todas ellas se hicieron 116 copias en versiones en español, inglés y --- francés.

d) Creación y puesta en práctica de un programa de "Teatro Revolucionario" para "lograr que las compañías teatrales cooperen en la tarea de divulgar la ideología en que sustenta el Gobierno de la República, procurando representar obras que orienten a las masas trabajadoras y evitando las que propagan ideas retardatarias o contrarias a las tendencias del movimiento social..."

e) Transmisión, a través de la radio, de 5,207 programas correspondientes a las diferentes dependencias oficiales en los cuales se invirtieron 3,265 horas de trabajo. Estas transmisiones se realizaron fundamentalmente a través de las estaciones del DAPP -- fundadas en 1937 (la XEDP en amplitud modulada y la XEXA en onda -- corta), pero en muchas ocasiones se realizaron cadenas, encabezadas por estas emisoras, en las que participaron estaciones como la XEW, XEWW (y la NBC de E.U.), XEVZ, XECR, XEFO (del PNR) XEB y --- XEBT. A través de ellas se transmitieron mítines y manifestaciones en apoyo al presidente como las realizadas por el Sindicato de Ferrocarrileros de la CROM y la marcha estudiantil en el zócalo para apoyar la política petrolera del régimen. Incluso se transmitieron asambleas de obreros como la de los trabajadores del pan tendiente a lograr su unificación en un sindicato, la cual fue presidida por Cárdenas.⁵⁶

La realización de todo lo anterior originó que se sobrepasara en \$153,907.58 el presupuesto destinado al DAPP en el periodo de -- septiembre de 1937 a agosto de 1938 y que era de \$550,000.00

En diciembre de 1939, el DAPP fue suprimido. Las circunstancias en que esto ocurrió serán tratadas más adelante. A continuación, después de esta larga referencia al DAPP (necesaria, sin embargo, por la importancia de éste en la política de difusión masiva del Estado durante el gobierno cardenista), pasaré a la descripción del contenido de la programación de las estaciones de radio -- oficiales en el periodo que nos ocupa.

El contenido de la programación
en las radiodifusoras estatales.

Durante el régimen cardenista el número de estaciones oficiales fue, casi en todos los años, de once.⁵⁷ Entre ellas destacaron, por el papel que desarrollaron en la difusión de la propaganda del gobierno, emisoras como la XEDP y la XEXA (onda corta), ambas del DAPP y la XEFX de la Secretaría de Educación Pública. También ocuparon un lugar destacado en este aspecto las estaciones del PNR, - XEFO y XEVZ (onda corta) que formaban la llamada Radio Nacional de México. Estas, aunque no eran formalmente estaciones oficiales, e incluso combinaban la emisión de propaganda con la de anuncios comerciales, funcionaban en los hechos como voceras del régimen.

En páginas anteriores afirmé que durante el gobierno de Cárdenas el Estado se preocupó por ejercer un control efectivo sobre la educación en el país. Y aunque la necesidad de que el Estado fuera el responsable único y directo de la educación ya había sido planteada por Calles y Abelardo L. Rodríguez, las características que ésta adquirió durante el cardenismo son únicas en la historia del país. Como es bien sabido, el ascenso del movimiento de masas y la presencia en el gobierno de funcionarios con posiciones progresistas y democráticas, permitió, durante este período, la realización de profundas reformas que abarcaron todos los campos de la vida -- del país. Una de las más importantes, sin duda, ocurrió en la educación.

A finales de 1934 se aprobó la reforma al artículo 3° de la - Constitución con la que se instauraba en México la educación socialista.⁵⁸ Tal reforma había partido de la iniciativa de Alberto --

Bramauntz (secretario de Educación en el régimen cardenista) y de Alberto Coria. Según Shulgovski, éstos fundamentaban su iniciativa en "la necesidad de basar la educación en el socialismo científico para preparar cuadros profesionales que dirigieran la industria y la agricultura sobre principios no capitalistas, ya que las transformaciones sociales en México conducirían gradualmente a la colectivización de los medios de producción."⁵⁹ Así, la educación socialista dotaría a las jóvenes generaciones de las "premisas espirituales" que les permitieran posteriormente dirigir la economía socializada.⁶⁰ Sobre esta base se desarrolló en México, especialmente en los cuatro primeros años del gobierno cardenista, una intensa campaña para llevar los principios fundamentales del socialismo científico a todas las escuelas del país. En ella destacaron muchos maestros rurales, varios de los cuales fueron incluso asesinados o mutilados por grupos reaccionarios que se oponían a este tipo de educación. Sin embargo, como también es conocido, la educación socialista no sólo sufrió la obstaculización de los grupos más retardatarios del país. En su propio proceso de desarrollo fueron surgiendo algunos excesos ultraizquierdistas como los ataques extremadamente virulentos que en algunos momentos se hacían a la religión y que provocaban la ira de muchos católicos (lo que beneficiaba a la reacción) o los intentos por imponer administrativamente, y como obligación, este tipo de educación en todos los niveles escolares lo que, por ejemplo, en el caso de la Universidad, "hacía el frente a las fuerzas reaccionarias que levantaban la consigna de de

ban de todas formas su descontento por las posiciones sectarias -- que asumían los ideólogos de la 'escuela socialista' ante la educación universitaria y hacía más difícil la democratización de la -- universidad y su colaboración con el pueblo."⁶¹ Todo esto obstaculizaba el desarrollo de este tipo de educación. Pero lo que constituía sin duda el principal freno a la educación socialista era que ella no correspondía al tipo de relaciones de producción que estaban vigentes en el país y que se fortalecían paulatinamente. Y conforme el capitalismo se consolidaba, el contenido progresista de la educación fue entrando en crisis hasta ser sustituido en los hechos por una educación tradicional y legalmente, en 1942, por una contrarreforma al artículo 3° que daba fin a la educación socialista.

Durante los años de mayor ascenso del movimiento de masas en la década de los treinta, la educación socialista no sólo se circunscribió a las aulas. Por el contrario, irradió el conjunto de la sociedad y la radiodifusión jugó un papel fundamental en ello. Un ejemplo de esto fueron las transmisiones que la estación XEFX de la Secretaría de Educación Pública realizó durante el año de 1935. El programa de actividades de la XEFX para ese año organizaba las emisiones de la estación en los siguientes rubros:

"a) Cursos prácticos para el hogar: Puericultura, economía doméstica, papel de la mujer dentro de las nuevas tendencias sociales, artes manuales proletarias.

"b) Cursos para obreros y empleados: Divulgación sobria del socialismo, Sindicalismo, Cooperativismo, Economía Política, Teorías marxistas, Ley del Trabajo, Derecho Constitucional, Derecho Público, etc.

- "c) Cursos de Agricultura y Ganadería, Consejos a los Pequeños Agricultores: Economía agropecuaria, Leyes agrarias, Industrialización de la producción pecuaria.
- "d) Lecturas Selectas: Bibliografía Marxista explicando de manera sencilla el contenido y valor de los últimos libros -- que se reciben. Biografías (sólo cita algunas: FMB); Danton, Robespierre, Fouché, Lenin, Trotsky, Krupuskaya, Bolívar, Sucre, San Martín, Martí, Morelos, Prieto, Juárez, Flores Magón, Madero, etc. Interpretación de la Historia Universal desde el punto de vista del materialismo histórico.
- "e) Noticias Diarias, Sección Editorial, Revista Mundial de Artículos: Glosa de noticias de los diarios revolucionarios y crítica de los editoriales de los diarios burgueses. Artículo de fondo sobre la ideología Revolucionaria que sustenta la SEP.
- "f) Música Folklórica Nacional: Música inspirada en motivos autóctonos.
- "g) Música Selecta Nacional.
- "h) Música Popular Internacional.
- "i) Música Selecta Internacional.
- "j) Historia de la Música, Biografías de Autores.
- "k) Conferencias Sociológicas: Los Problemas del Indio, Los Grandes Problemas de México, La Escuela Socialista, El Problema Religioso en México, etc.
- "l) Teatro Socialista: Obras de Maye Hold, Andreiev, Piscator, Sinclair Lewis, Eugenio O'Neil, Elmer Rice, etc.
- "m) Audiciones en Centros Obreros y Campesinos Ilustrados con Pláticas.
- "n) Calendario Cívico Socialista: Dedicado a festejar todas aquellas fechas que tengan significación dentro del movimiento socialista tanto del extranjero como del país.
- "o) Sección Consultas: Para atender consultas de organizacio

nes obreras y campesinas que se relacionen con la programación de la emisora.

"p) Fomento de la Producción Literaria y Musical: Concursos de creación literaria y musical.

"q) Estímulo al Concertismo: Concursos para alumnos de la Facultad de Música y el Conservatorio Nacional.

"r) Literatura Proletaria: Todos los géneros.⁶²

Pero el papel central dentro de la difusión masiva de la propaganda del Estado lo tuvieron las estaciones XEDP y XEXA del DAPP. Ellas transmitían diariamente, desde las 7:30 hasta las 23 horas, los programas producidos por las diversas secretarías y departamentos de Estado. En estos programas, cada dependencia realizaba pequeños informes de sus actividades y proyectos los cuales eran combinados con números musicales de todos los géneros intercalados en la emisión.⁶³

Para el presidente Cárdenas, la existencia de programas radiados elaborados por todas las dependencias del Ejecutivo era condición imprescindible para la buena marcha del gobierno y para el desarrollo económico del país. Por eso en junio de 1937 dirigió a los Secretarios de Estado y Jefes de Departamento una "circular" en la que, después de afirmar que la única forma en que el pueblo podía apoyar los actos del gobierno era enterándose de los planes y proyectos de éste y teniendo conocimiento preciso de los recursos con que contaba el país, les manifestaba que:

"...obligado como está el Gobierno a prestar la mayor atención posible al desenvolvimiento del país, es indispensable que cada una de las dependencias redacte la exposición que el DAPP deberá radiar, dando a conocer al país, aquellos estudios, proyectos, recursos naturales, fuentes de trabajo, que

pueden ser aprovechadas por el público y que en muchos casos se desconocen..."⁶⁴

Si esto era cumplido, se reforzaría, según Cárdenas, "la cooperación entre los sectores privados y oficiales del país" y podrían llevarse a cabo un conjunto de tareas como las siguientes:

"...organización de cooperativas para abrir fuentes de trabajo; (...) dar a conocer con mayor amplitud las disposiciones fiscales que el gobierno haya dictado dando facilidades para el desarrollo del comercio y la industria y demás legislación que pueda interesar al país; (...) llamar la atención para -- que se organicen contingentes de las ciudades que quieran dedicarse a la agricultura y otros ramos de la industria; (...) (exhortar a autoridades y público) para que se haga una campaña constante para sanear y embellecer las poblaciones en sus calles y lugares públicos; (...) insistir en que el público -- coopere en la construcción de escuelas y en mejorar las ya -- existentes, señalando frecuentemente la importancia que tiene para la Nación instruir a los niños; (...) insistir con el -- elemento obrero para que preste mayor cooperación a la obra -- educativa del país; (...) (transmitir) conferencias sobre la necesidad de mejorar las condiciones de vivienda, de alimentación y vestido; (...) hacer excitativas para que se cumpla -- con el salario mínimo y se mejoren las condiciones del trabajador en todo el país para que pueda estar capacitado a desarrollar mayores energías que redundarán en beneficio de la -- economía de la nación..."⁶⁵

Con el cumplimiento de estas tareas se aceleraría, según Cárdenas, "el desenvolvimiento integral del país." Por lo tanto la -- "circular" terminaba con la siguiente exhortación del presidente a los Secretarios de Estado y Jefes de Departamento:

"...ruego a usted que periódicamente dé el programa revisado por usted al DAPP para que lo haga conocer al país, en la in-

teligencia de que el propio Departamento lo ampliará o reducirá de acuerdo con el programa que formule diariamente para el radio y para la prensa."⁶⁶

Entre los programas que se transmitían por las estaciones del DAPP, destacan los producidos por el Departamento del Trabajo.⁶⁷ Tales programas son clara muestra de la concepción del gobierno de Cárdenas acerca del papel del proletariado en la sociedad y de su posición ante los conflictos obreros. Así, por ejemplo, en el programa del 11 de junio de 1937, después de exaltarse el papel fundamental de la clase obrera como fuerza motriz del desarrollo económico del país se recomendaba a los trabajadores estudiar a fondo la Ley Federal del Trabajo para "aprender y comprender" los deberes y derechos que ésta les confiere "para su mejoramiento social". Asimismo se exhortaba a los obreros a unificarse para defender mejor sus intereses:

"Las luchas intergremiales agotan las energías y evitan el establecimiento de la unidad clasista. Urge que los trabajadores de la república se unifiquen.

"La organización de las masas trabajadoras, jamás representará una amenaza para la república, pues mientras mejor sea su organización, mayor será la conciencia que tengan de sus responsabilidades."⁶⁸

Sin embargo, se dejaba claro en la emisión que la lucha obrera no debía rebasar los marcos legales impuestos por el Estado, no debía enfrentar al gobierno ni sostener demandas superiores a la capacidad económica de las empresas:

"Los movimientos que en la actualidad llevan a cabo las organizaciones de trabajadores, no tienen otro carácter que el de

una lucha social que se ajusta a los términos de la Ley y que no alarman al país ni al gobierno. Sus peticiones no superarán nunca las posibilidades de las empresas.

"El objetivo de los trabajadores se reduce a lograr aquellas conquistas que sean compatibles con la capacidad productora y financiera de las empresas."⁶⁹

Finalmente, el programa aclaraba que, mientras se observara la ley, el Estado tenía que respetar los movimientos reivindicativos de los trabajadores:

"En materia de huelgas, la actitud del Estado no puede ser -- otra que la de un respeto y garantía absolutos por ellas que, de conformidad con lo que disponen la Constitución y la Ley Federal del Trabajo, representan un derecho."⁷⁰

A través de una programación con las características que he tratado de esbozar con los ejemplos anteriores de las estaciones XEFX y XEDP (y XEXA onda corta), el gobierno mantenía una propaganda permanente que le permitía irradiar al conjunto de la sociedad "la ideología de la revolución". Sin embargo, no fue este el único beneficio que la radio prestó al régimen cardenista. Además de usar la para transmitir esta propaganda permanente, el gobierno utilizó de manera muy eficaz la radio en ciertas coyunturas en las que el régimen estuvo en peligro. El ejemplo más notable de esto fue la intensa campaña propagandística desarrollada por el gobierno en la segunda quincena de mayo de 1938 con el fin de llamar a la nación a combatir la rebelión que Saturnino Cedillo preparaba en San Luis Potosí. A través de una cadena en la que participaron todas las radiodifusoras del país, se transmitieron el discurso que pronunció el general Cárdenas desde el balcón del Palacio de Gobierno de San

Luis Potosí denunciando los planes de Cedillo y el mitin celebrado en el teatro La Paz de aquella ciudad efectuado para hacer un llamamiento nacional "a fin de aplastar (la rebelión cedillista) y -- aplastar todos los núcleos reaccionarios que surgieran en el país."⁷¹ En este mitin tomaron parte, como oradores, el secretario particular de Cárdenas, Luis I. Rodríguez, el líder agrario Aurelio Manrique y Valentín Campa a nombre del Sindicato Ferrocarrilero.

Ahora bien, cabe hacer aquí una reflexión acerca del contenido de la programación transmitida por las estaciones oficiales durante el gobierno de Cárdenas. Esta tuvo un sentido eminentemente populista, por cuanto era dirigida a las grandes masas intentando ser expresión de los intereses de éstas pero con una evidente posición paternalista por parte del Estado el cual se suponía, a sí mismo, fiel intérprete de los deseos populares y organizador "natural" de las clases. En la medida en que ciertas características -- del contenido de esas transmisiones (como el combate al imperialismo y a las fuerzas reaccionarias en el interior del país o la defensa de algunos movimientos huelguísticos) coincidían con algunos de los intereses políticos de los trabajadores y de la nación en su conjunto en esa coyuntura, la programación de las estaciones -- oficiales asumía, en muchos momentos, posiciones progresistas. Sin embargo, no puede hablarse de que la política del régimen respecto a la radiodifusión haya tenido un carácter democrático. Ello fue -- así porque, a pesar de que el gobierno se preocupó siempre por hacer llegar los mensajes del Estado al mayor número posible de núcleos obreros y campesinos, nunca intentó estimular la expresión independiente de los sectores populares a través de la radio. Y no

podía ser de otra manera, pues el proyecto cardenista consistía - justamente en centralizar la información oficial y tratar de controlar la emitida por las diversas clases sociales. No era lo -- mismo, por supuesto, gobernar favoreciendo en ciertos aspectos y en ciertos momentos las luchas de los trabajadores que permitir que se estableciera un gobierno de los trabajadores.

Pero todo esto se explica no sólo por el carácter populista - y semicorporativo del Estado, sino, también, por la debilidad de - las organizaciones de izquierda y su paulatina pérdida de influen- cia en el movimiento obrero ocasionada por los errores cometidos - por ésta y que provocaron, como es bien conocido, que la clase --- obrera fuera perdiendo independencia con respecto al Estado y que su lucha se desviara de su objetivo fundamental -la conquista del poder- y se dirigiera, hacia finales del periodo cardenista, a --- atender las reivindicaciones económicas y a la defensa del gobier- no. Así, en la medida en que la lucha de la clase obrera, a pesar de su intensidad, no logró "reivindicaciones políticas que implica- ran la forma de gobierno e impulsaran la intervención independien- te del proletariado en la estructura del Estado",⁷² no pudo, por - lo mismo, incidir con posiciones propias en la política de radiodi- fusión del régimen. Por ello, sus posiciones políticas independien- tes nunca tuvieron expresión en la radio.

De esta forma, lo que se expresaba a través de las emisiones de estaciones como la XEFX y las del DAPP, que en muchos momentos exaltaban al socialismo, no formaba parte de un proyecto político

promovido independientemente por el proletariado para instituir este modo de producción en el país. Se trataba más bien, de las concepciones políticas y de las opiniones de algunos sectores progresistas de la burocracia y de intelectuales de la pequeña burguesía, a veces teñidas de un radicalismo verbal que mucho alarmó a los -- sectores reaccionarios del país. Pero entre el movimiento político real de la clase obrera y los mensajes transmitidos en estos programas, no existía en realidad una vinculación orgánica. No eran, pues, mensajes que expresaran un proyecto específicamente proletario, sino mensajes mediante los cuales el Estado buscaba influir -- en la clase obrera y en las capas populares en general. Incluso -- cuando auténticos representantes de los trabajadores o militantes de la izquierda hicieron uso de la radio para transmitir algún mensaje al país, no fue para expresar proyectos alternativos a los -- del gobierno, sino para apoyar las reformas del régimen o para defenderlo de los ataques que los grupos más reaccionarios del país dirigían contra él intentando derrocarlo o detilitarlo.

Las críticas a la radio comercial durante el gobierno cardenista y el proyecto de Francisco J. Mújica para estatizar la radiodifusión.

A pesar de su relativamente reciente constitución, la radio -- comercial había ya comenzado a mostrar, especialmente desde el segundo lustro de los años treinta, las características que habrían de distinguirla en las décadas siguientes: la emisión constante de anuncios comerciales, la corrupción del lenguaje, la ausencia en --

sus transmisiones de un contenido vinculado a las necesidades de educación y cultura de la población, etc.⁷³

Esto empezaba a causar una profunda inconformidad en diversos círculos. Por ejemplo, entre los músicos con formación profesional que empezaban a ser desplazados por elementos que ellos consideraban arribistas o músicos sin ninguna formación. Acerca de esta situación, el pianista Manuel Barajas, uno de los músicos participantes en las primeras emisiones radiofónicas de los años veinte, --- afirmaba en 1936:

"A decir verdad, nuestro problema radiofónico casi se momifica dentro de un cerco de principios especulativos. En efecto, aparentemente propugnamos todos por un mejor desenvolvimiento de la radiodifusión en México, pero, hasta hoy, bien poco ha sido lo práctico realizado que tienda a romper ese círculo -- que principia en la difusora comercial, pasa al anunciante -- por medio de la agencia, llega a los artistas --o presuntos--, para cerrarse nuevamente en la radioemisora. El factor público rara vez es tomado en cuenta desde el punto de vista cultural, siendo aceptado tan sólo como la necesaria válvula de escape por la que tienen que circular los gases del interés demagógico, saturados de inconfesada pero ampulosa ignorancia, que son los que envenenan y degradan al gusto de la masa radio oyente. Dos fuerzas similares se afilian, el propietario de la radio emisora y el anunciante. El primero vende su tiempo, tiempo que el segundo compra para tratar --a su vez-- de -- acrecentar el volumen de sus ventas por medio del anuncio. El agente intermediario, atento por lo general al mayor rendimiento económico que en lo personal pueda alcanzar, se somete sin reservas a los factores 'propietario' y 'anunciante', sin parar mientes en la calidad artística con la que debe amenizar la radio emisión. Y en este bajo --pero eso sí muy práctico-- juego de intereses, el profesionista músico de valía y el

artista de prestigio y de carrera, van siendo lenta pero inexorablemente desplazados por mixtificadores en pleno auge, -- por arribistas o por simples aficionados -todos ellos irres-- ponsables- que hacen de su 'metier' un 'modus vivendi'".⁷⁴

Pero la actividad de Barajas no se limitó a ejercer la crítica a la radio comercial a través de conferencias y de su columna dedicada al análisis musical en el periódico El Nacional. Por el contrario, durante todo 1936, fue constante promotor de un proyecto de Reglamento que la SEP tenía en estudio y que, según Barajas, podría contribuir a mejorar la situación de la radiodifusión en México. Se trata de uno de los varios proyectos sobre radiodifusión que se formularon durante el gobierno cardenista y que permanecieron archivados o bien fueron aplicados sólo en una parte mínima de sus proposiciones. Este proyecto planteaba la creación de un Consejo de Radiodifusión dependiente de la SEP que tendría a su cargo el diseño de un programa mediante el cual se indicaran las formas precisas en que la radio podría utilizarse "en la enseñanza primaria, secundaria y normal; (...) técnica e industrial, (en) la investigación e información científica; (en) la educación artística en todos sus aspectos y (en) la extensión cultural."⁷⁵ Este programa debía incluir presupuestos para la adquisición de receptores de radio y su instalación en escuelas y centros sociales, definir el contenido de la programación que habría de transmitirse; elegir los horarios de transmisión; designar el personal técnico, docente y artístico para las emisiones. El Consejo debía fundar subcomités regionales para la aplicación del programa de difusión educativa y cultural. Asimismo, el Consejo tendría a su cargo la dirección de las transmisiones.

Los promotores del proyecto, por otra parte, consideraban -- que todo esto no podría llevarse a cabo solamente a través de las estaciones oficiales, pues éstas solamente eran 10 en 1935 y, en los hechos, sólo funcionaban 9, pues la del Gobierno de Aguasca---lientes había suspendido temporalmente sus labores. Por ello en el proyecto de reglamento se planteaba la necesidad de:

"Exigir a las estaciones radiodifusoras de índole comercial, un servicio de colaboración con el Estado, por lo menos una - hora diaria, al servicio de la educación pública, cultural y artística."⁷⁶

Además, para evitar que las radiodifusoras comerciales continuaran "corrompiendo la educación artística del pueblo", el Consejo de Radiodifusión debía vigilar el contenido de la programación de esas emisiones.

El maestro Manuel Barajas trató inclusive de que el presidente de la República conociera este proyecto y dictara órdenes para que se le diera vigencia legal. Con ese objetivo, envió, en agosto de 1936, una carta al secretario particular del presidente, Luis I. Rodríguez en la que le pedía "apadrinara ante el señor presidente la idea de depurar la música (...) en las estaciones radiodifusoras."⁷⁷ Sin embargo, la respuesta que recibió Barajas de parte -- del secretario de Educación, Gonzalo Vázquez Vela, a quien el secretario del presidente había turnado la carta, no ofrecía ninguna señal que permitiera suponer que el proyecto de reglamentar la difusión de educación y cultura a través de la radio fuera a ser --- aprobado en breve tiempo:

"...el C. Jefe del Departamento Jurídico de esta Secretaría - tiene en estudio (el) proyecto de reglamentación completa re-

lación con los asuntos de Radio. Una vez terminado el estudio lo llevaré a la consideración del C. Presidente de la República con el objeto de que si lo aprueba, se le dé el carácter de Ley."⁷⁸

El proyecto, cabe aclararlo, nunca pasó de ser justamente eso y sólo algunas de sus proposiciones fueron tomadas en cuenta por las estaciones oficiales, pero nunca se intentó que las estaciones comerciales participaran de manera permanente en la obra educativa que el Estado realizaba.

Pero no eran sólo este tipo de problemas los que la radiodifusión comercial empezaba a generar. En esos años comenzaron a aparecer las primeras "estaciones disqueras", sobre todo en el norte -- del país, lo que causó el malestar de los músicos y su movilizac--- ción para defender sus intereses. En 1937, el Sindicato de Músicos de Villa Acuña, Coahuila, protestó ante el presidente y ante la Se-- cretaría de Gobernación porque la estación XERA de esa ciudad pasa-- ba fundamentalmente "programas de música muerta" y cuando pasaba -- "música viva" lo hacía contratando elementos de Estados Unidos. -- Por tal razón el Sindicato pedía a la Secretaría de Gobernación -- que cancelara el permiso de 6 meses que había extendido a 5 músi-- cos estadounidenses para trabajar en la XERA, los cuales "acapara-- ban prácticamente esa fuente de trabajo". Asimismo, exigían que en las estaciones del norte se programara, por lo menos, el 10 por -- ciento de "música viva" en la programación diaria. En vista de que el Reglamento de Radiodifusión vigente no señalaba ninguna restric-- ción en cuanto al tiempo que las estaciones podían dedicar a la -- programación de música grabada, esta última demanda no pudo ser sa-- tisfecha. En cambio, como el citado reglamento sí consideraba la --

protección a los trabajadores mexicanos con respecto a un posible desplazamiento por extranjeros en las radiodifusoras, la Secretaría de Gobernación canceló a los 5 músicos estadounidenses de la XERA el permiso para trabajar y les dio un plazo de 10 días para abandonar el país.⁷⁹

En algunos círculos del gobierno, la existencia de la radiodifusión comercial era considerada como un freno para la eficiencia política de la propaganda que el Estado difundía a través de sus estaciones. Si bien éste mantenía sobre la mayoría de las estaciones comerciales un control político que impedía que asumieran posiciones contrarias al Estado y emitieran propaganda en ese sentido, no podía evitar que mediante la emisión de anuncios comerciales y en general mediante los textos leídos por los locutores de las estaciones privadas, se transmitieran la concepción del mundo y los valores ideológicos de la burguesía. Esto era visto como un peligro latente por funcionarios como el general Francisco Mújica, Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, pues, ante la enorme desigualdad en el número de estaciones oficiales (11 en 1936) y estaciones comerciales (68), se corría el riesgo de que los mensajes emitidos por éstas tuvieran mayor penetración entre las masas que los emitidos por el Estado. Por otra parte, esta desigualdad entre el número de estaciones comerciales y oficiales hacía que el Estado tuviera que solicitar a aquellas que se "encadenaran" con las segundas cuando era necesaria la transmisión de un mensaje importante del presidente o de un acto de masas. Esto hacía que en gran medida, la mayor o menor cobertura que tuvieran esas transmisiones dependiera de que las estaciones comerciales accedieran a "encade-

narse". Y aunque en general no se producían negativas, pues el Estado tenía recursos incluso legales para evitarlo, no dejaban de producirse excepciones como la que señala el propio general Mújica, en un importante documento que se analizará más adelante, en el sentido de que "una de las principales estaciones radiodifusoras del país, se negó a transmitir el mensaje del Presidente Cárdenas a propósito de la acción contrarrevolucionaria de los patronos de Monterrey." Pero si bien no había negativa para "ayudar" al gobierno, esa colaboración, en el caso de muchas estaciones, no era desinteresada. Por ejemplo, la XETZ, propiedad del señor Samuel Carpintero, solicitó al gobierno que le fuera condonado el pago de impuestos, en correspondencia a que su estación había transmitido todos los mensajes de Cárdenas incluso desde el que pronunció el 5 de junio de 1933 cuando aceptó ser nominado candidato a la presidencia de la República. Otro tanto hizo el señor José María Salas, dueño de la XEAT de Parral, Chihuahua, quien incluso se valió de su amistad con una sobrina del secretario particular del presidente, Luis I. Rodríguez, para intentar lograr sus propósitos.⁸⁰

A esta serie de problemas, se añadía otro que, hacia fines de los años treinta, había adquirido características preocupantes para el gobierno. Tal problema consistía en la constante violación que de la legislación relativa a la materia efectuaban un conjunto de estaciones ubicadas en la frontera norte del país, las que engañaban a un gran número de personas, de uno y otro lados de la frontera, haciéndoles creer que, a través de las transmisiones de esas emisoras, encontrarían solución milagrosa a sus problemas y curación a sus enfermedades.

En efecto, el régimen de concesiones al que estaba sujeta la radiodifusión, había provocado que algunos estadounidenses fundaran compañías con supuestos "accionistas mexicanos" y, a través de ellos, solicitaran concesiones para operar estaciones comerciales de radio. Tales eran los casos de la XERA de Villa Acuña, Coahuila (implicada en el problema con el Sindicato de Músicos que anteriormente vimos), propiedad de John Brinkley, exgobernador del estado de Kansas, E.U., de la XEAW, del mismo propietario, de la XEPN de Piedras Negras, Coahuila, propiedad de W.E. Branch y C.M. Bres y de la XENT, de Nuevo Laredo, Tamaulipas, de un individuo apellidado Baker. Estas emisoras tenían una potencia que fluctuaba entre 50,000 y 100,000 watts, que las hacía las más poderosas del país y les permitía cubrir toda América del Norte. Al investigar las actividades de esas estaciones, la SCOP encontró que se dedicaban a cosas como las siguientes. Vendían un folleto llamado "Guía Astrológica" al precio de un dólar. Quien comprara uno de esos folletos tenía derecho a enviar 3 preguntas sobre cualquier asunto o problema personal. Por ejemplo: "¿Me ama mi prometido?"; "¿Debo divorciarme?"; "¿Será niño o niña la criatura que voy a tener?"; "¿Hay dinero enterrado en mi casa?"; "¿Recibiré una herencia?"; etc. Estas preguntas las contestaba un "spook" o "adivino astrólogo" generalmente por correo, aunque en ocasiones lo hacía por radio.

Los "adivinos" firmaban contratos con los dueños de las estaciones en los Estados Unidos, comprometiéndose a trabajar por el 40% de entradas brutas. Sin embargo -a pesar de trabajar en el lado mexicano- no pagaban al gobierno impuesto por esos ingresos. Tales "adivinos" usaban nombres "hindúes" como Zandra que era utilizado -

por un individuo de apellido Miller, o Marjah, aunque también los había con nombre inglés como Rose Dawn, Gayle Norman y Dr. Richards. Para entrar al país usaban pasaportes que los acreditaban como "anunciadores de radio". Estos les eran tramitados en México, D.F. por "personas muy influyentes" debido a lo cual podían burlar la más estricta vigilancia aduanal de los agentes de migración. Según la investigación de la SCOP, bastaría hacer un recuento en las oficinas de correos de diversas ciudades de Estados Unidos y algunas de México para darse cuenta del enorme negocio que hacían estas emisoras. Estas, además, no pagaban al gobierno mexicano el 2% sobre ingresos brutos que exigía la ley como impuesto a las radiodifusoras comerciales.

Otra actividad que realizaban las citadas estaciones era la de ofrecer la curación de enfermedades como cáncer, prostatitis, diabetes, etc. A través de la radio invitaban a los oyentes a enviar su caso a la estación a través de una carta. Por esta "consulta" cobraban un dólar. Cada carta debía contener un sólo caso. Para "curar" a los enfermos habían instalado "hospitales" en territorio de Estados Unidos.

Además, utilizaban las estaciones para transmitir mensajes de tipo personal (saludos, avisos, etc.), por los cuales cobraban, violando con ello la Ley de Vías Generales de Comunicación que prohibía utilizar la radiodifusión para esos fines y sustituyendo, en los hechos, las funciones propias de los telégrafos nacionales. Y por si todo lo anterior fuera poco, estas emisoras pagaban a los empleados mexicanos sueldos que contrastaban notablemente con los percibidos por los estadounidenses que trabajaban en ellas. Los prime-

ros tenían salarios como los siguientes: 3 pesos al día para los -- operadores de control, 100 pesos al mes para los anunciadores en español (y aquí cabe aclarar que estas emisoras transmitían la mayor parte del tiempo en inglés, con lo cual violaban el reglamento de -- la materia en su artículo 20) y 4 pesos a los encargados de planta eléctrica. Los estadounidenses, en cambio, ganaban como mínimo 100 dólares al mes y en algunos casos 180 dólares (648 pesos) al mes.

Por último, vendían "terrenos petroleros" en Texas, asegurando a la gente que en esa zona se estaban perforando pozos y que, cuando brotara el petróleo, los terrenos circundantes a él elevarían su precio enormemente.

Los dueños de las estaciones mencionadas, habían emigrado a México después de que la Comisión Federal de Radio de Estados Unidos les había cancelado para operar estaciones de radio por considerar que éstas violaban las leyes de la materia. Según versiones oficiales, en 1937, Brinkley, el propietario de la XERA de Villa Acuña, y su esposa (que era su ayudante de publicidad) habían ganado más de un millón de dólares. De 1933 a 1938 habían sorprendido a más de 15 mil enfermos que, además del dólar de consulta, se habían sometido a un "tratamiento" pagando por él 750 dólares cada uno.⁸¹

Ante esta situación, el general Francisco Mújica, secretario -- de la SCOP, indicó al subsecretario Ing. Vicente Cortés Herrera, -- que se trasladara a la zona fronteriza del norte para realizar una investigación aún más profunda, "levantara actas y presentara un informe". Esta investigación debía ser realizada "con absoluto sigilo, especialmente de parte de los funcionarios de Radio, pues presumo -- -decía Mújica- que hay alguna complicidad en la lenidad con que se

permiten transmisiones e infracciones al reglamento, sin que haya un solo parte rendido sobre el particular". Finalmente, daba al -- subsecretario la siguiente instrucción: "Para encubrir el objetivo principal de su viaje, se servirá usted inspeccionar nuestras ---- obras de defensa y demás construcciones que tiene la Secretaría a lo largo de la frontera."⁸²

Este conjunto de problemas había conducido al general Mújica a pensar en una solución radical: la estatización de la radiodifusión. Y ello debía ser así pues la causa final de tales problemas radicaba, justamente, en el régimen de concesiones al que ésta se hallaba sujeta y que posibilitaba que la radio fuera empleada por individuos a los que poco les interesaba la difusión de la educa-- ción y la cultura a través de ese poderoso medio.

Así, en noviembre de 1936, el general Mújica, en respuesta a la petición del presidente Cárdenas de "estudiar la forma más adecuada de que el Poder Público controle y gobierne las actividades de (la) radio",⁸³ le dirigió un interesante documento titulado "La Radiodifusión y el Estado" en donde proponía un conjunto de medi-- das cuyo objetivo era lograr que el Estado asumiera el control total en la prestación del servicio de radiodifusión.

El documento se inicia con una crítica a la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1932 mediante la cual "se había optado" - por el modelo estadounidense de radiodifusión comercial en la cual el Estado se limitaba a tener una "intervención reguladora (...) - en la actividad de ella".⁸⁴ En esta ley, según Mújica, era clara la influencia de la legislación estadounidense pues en ella se habían "vaciado las disposiciones de la 'Radio Act' de 1927". Sin -

embargo, la ley mexicana era mucho menos precisa que la de Estados Unidos pues, mientras ésta había creado una Comisión Técnica -la - Comisión Federal de Radio- con poderes bastante amplios para controlar y regular el funcionamiento de la radiodifusión, la mexicana - "simplemente confiere a la Secretaría de Comunicaciones, considerada como un todo, facultades semejantes. De lo cual resulta una dispersión de responsabilidades, una dilución de la autoridad, que -- evidentemente ha redundado en perjuicio de la eficiencia de la supervisión oficial sobre la industria radiodifusora."⁸⁵

Esto había causado -según el Secretario de Comunicaciones- que el Estado no fuera capaz de evitar las constantes violaciones a la ley en que con frecuencia incurrían varias estaciones comerciales, pues no había "un órgano de vigilancia administrativa que registre el hecho".

Pero el problema fundamental radicaba en el sistema de radio comercial que imperaba en el país, el cual llevaba en su propia escencia "vicios originales" que habían generado efectos "contrarios al interés social". Esto se debía, según Mújica, a que:

"a) Los anunciantes imponen su criterio en la confección de - los programas que expensan, y hasta en la política general de las estaciones radiotransmisoras; criterio normado por sus -- personales intereses de comerciantes, y por sus intereses como miembros de la clase explotadora. Ejemplo: una de las principales estaciones radiodifusoras del país, se negó a transmitir el mensaje del presidente Cárdenas a propósito de la acción contrarrevolucionaria de los patrones de Monterrey.

"b) Siendo el único objetivo de las radiotransmisiones hala--gar el gusto de los compradores, lejos de tenderse en ellas a depurar y mejorar ese gusto, se procura lisonjearlo aunque --

sea a costa de la calidad artística y cultural de los programas. Ejemplo: la estación del P.N.R., que había dispuesto con muy buen acuerdo suprimir los diálogos de los llamados "Trompas y Greñas", corruptores del lenguaje y calumniadores de -- los sentimientos y pensamientos de las clases populares, ha -- tenido que restablecerlos para satisfacer exigencias de los -- anunciantes.

"c) El predominio de los fines comerciales ha dado como resultado que el radio proporcione un incontrastable poder de difusión a los gustos mediocres y a los prejuicios de todo género de la clase media. Los programas se hacen a la medida de tales gustos y prejuicios, porque se trata de conquistar a la -- mayoría de los radioyentes que son miembros de esa clase, como consumidores de los artículos que se anuncian; y también -- porque los que confeccionan directamente y desarrollan dichos programas se reclutan entre aficionados provenientes de la pequeña burguesía inferior, que son los que menos cuestan a los empresarios de la radiodifusión. Ejemplo: los famosos 'concursos' en que participan muchachos y muchachas sin preparación cultural ni artística de ningún género, atraídos por la esperanza de volverse 'artistas de radio', que para muchos de --- ellos apenas si se convierte, al correr del tiempo, en una lamentable realidad de vicio mercenario.

"d) La supremacía de los programas comerciales, que exaltan -- la cursilería y hasta los instintos subalternos del radioauditorio (ejemplo: la influencia de la música prostibularia que ha puesto de moda Agustín Lara) ahoga las posibilidades de -- utilizar el radio con fines educativos. La mayoría de los radioyentes sigue la línea de menor resistencia y prefiere buscar en el cuadrante de sus aparatos receptores la música frívola, los diálogos de humorismo vulgar, las informaciones que concuerdan con sus prejuicios más inconsistentes, a escuchar programas de efectivo valor literario, científico o artístico.

"e) Como la radiodifusión ni siquiera tiene el freno de la durabilidad de cuanto propaga, cosa, que ocurre con los periódicos

cos que pueden guardarse y revisarse cuantas veces se quiera, los males característicos del periodismo: superficialidad, -- apresuramiento en el juicio, audacia para afirmar sin bases sólidas, inconsistencia moral, abuso de la credulidad pública, subordinación de la verdad a los intereses venales, etc., se hallan agravados en el radio. De ahí que los daños sociales -- que puede causar este periodismo degenerado, tanto desde el -- punto de vista doctrinario como desde el ético sean mucho mayores.

"f) La influencia del radio, manejado de acuerdo con los intereses inescrupulosos de los que quieren vender y de la clase dominante a que pertenecen, es decisiva, por razones obvias, precisamente sobre las masas iletradas, que ni siquiera necesitan saber leer para colocarse bajo ella."⁸⁶

Las características que había asumido la radio comercial, que Mújica sintetizaba en los párrafos antes citados, constituían también, en opinión del secretario de la SCOP, un peligro político para el Estado, pues la radiodifusión era utilizada "para desorientar a las clases trabajadoras con informaciones y comentarios tendenciosos, para secundar los esfuerzos de la propaganda ultramontana, para ampliar y exagerar los efectos de la prensa, el libro, el púlpito y la cátedra reaccionarios".⁸⁷

Pero además, a juicio del general Mújica, el sistema de radio difusión comercial provocaba que el conjunto de la población que consumía las mercancías anunciadas por la radio fuera quien, en -- realidad, sostuviera a este medio de difusión con la peculiaridad, además, de que la mayoría de esos consumidores no disfrutaba del -- servicio radiofónico. Esto se debía a la siguiente razón:

"...los negociantes que costean los radioprogramas con que se anuncian sus mercancías, cargan a éstas los gastos que ello --

les acarrea; por consiguiente las encarecen, y así hacen pasar una especie de impuesto indirecto sobre LA TOTALIDAD de los consumidores, que de este modo pagan un servicio exclusivamente aprovechado por la minoría de los dueños de aparatos de radio-recepción. El sistema, en otras palabras, resulta -- ser una nueva expresión de la injusticia social característica del régimen capitalista: las clases pobres, para quienes -- significa el aumento de precio de los artículos de consumo un sacrificio proporcionalmente mayor que para las clases ricas, se ven obligadas a sacrificarse a fin de que el radio se mantenga como negocio privado, no obstante que opera casi únicamente para diversión y beneficio de las clases acomodadas."⁸⁸

Finalmente, otra de las características que había asumido la radio comercial era la de haberse como un virtual monopolio:

"...las radiodifusoras disfrutaban del semi-monopolio que les -- garantiza la limitación del número de bandas de frecuencia -- aprovechables. Por lo tanto, en el campo de la radiotransmisión la cantidad de competidores posibles está naturalmente -- predeterminada. No hay miedo de un aumento ilimitado de ellos que precipite la baja de los precios cobrados por "tiempos de difusión". En consecuencia, pueden elevar desproporcionalmente la cotización de éstos y aumentar así la carga del pseudo impuesto indirecto del radio, que gravita sobre el pueblo."⁸⁹

Debido a este predominio de los intereses comerciales en la -- radiodifusión mexicana, ésta no había podido cumplir las funciones que, a juicio de Mújica, debía realizar en beneficio de la difu--- sión de la educación y la cultura y como apoyo político del Estado:

"(La radio es un medio con) infinitos recursos (...) para proporcionar al pueblo diversión agradable y honesta, para promover un ascenso constante del gusto público, para apoyar y reforzar la acción educativa de la escuela, para la difusión de doctrinas de utilidad social, para contrarrestar la propagan-

da contrarrevolucionaria y embrutecedora que hace la burguesía a través de sus periódicos, del libro, del púlpito y de la cátedra.

"Una cadena de difusoras, apoyada por una red de receptoras -estratégicamente distribuidas en sitios accesibles a la masa, constituiría el mejor sistema de expansión ideológica que pueda concebirse".⁹⁰

En otra parte de su documento dirigido al presidente Cárdenas, el secretario de Comunicaciones se refiere a la forma en que los Estados europeos manejaban la radiodifusión. En ellos, "la explotación del radio -escribía Mújica- se halla intervenida más o menos directamente por el Estado". Y aunque existían ciertas diferencias en cada país "el resultado que se persigue es siempre el mismo: reservar el nuevo medio de expansión ideológica principalmente para fines de utilidad social. Impedir que el afán de lucro lo pervierta y lo lance por senderos opuestos al interés colectivo".⁹¹

Mújica ejemplificaba con los casos de Bélgica, Dinamarca, --- Francia, Alemania, Hungría, Italia e Inglaterra. En la mayoría de estos países, el Estado era el único que prestaba el servicio de radiodifusión; en otros administraba la mayor parte de las estaciones y ejercía un control muy estricto sobre las radiodifusoras propiedad de particulares. En todos ellos el Estado cobraba una cierta cantidad a los propietarios de radio-receptores como "derecho de recepción". De esa cantidad, una parte pasaba a las arcas nacionales y otra se dedicaba a la producción de programas con lo cual se hacía innecesaria la emisión de anuncios comerciales para sostener a las estaciones.

Pero era el caso de la Unión Soviética el que en mayor medida merecía la atención del general Mújica (aunque como veremos más --

adelante no era este, sino el inglés, el "modelo" que consideraba - más adecuado para México):

"...en la Unión Soviética, la radiofonía se opera como un instrumento de extraordinaria utilidad para fijar la atención de las masas sobre las cuestiones fundamentales de la construcción socialista. El Comisariado de Correos y Telégrafos suministra a todas las repúblicas, países y regiones de la Unión - estaciones radiotransmisoras. La importancia que se concede a este medio de difusión puede juzgarse por el siguiente dato: - el Gobierno dispuso la erección de una fábrica con capacidad - para producir cuatro millones de altoparlantes por año que debe haber sido terminada hace cuatro años. El segundo Plan Quinquenal continúa y amplía en la materia, la vía trazada por el primero. Se trata de crear las condiciones necesarias a fin de que en todos los campos madereros, minas, cabinas de caza, barcos pesqueros, distritos rurales, aldeas, ciudades y caminos - públicos se cuente con receptores suficientes para aprovechar las transmisiones que multitud de estaciones radiodifusoras harán en toda la Unión. De ahí que la producción de aparatos de radio haya recibido, y siga recibiendo, particular impulso."⁹²

Por todas las consideraciones anteriores, Mújica concluía que había "razones incontrovertibles para sostener la conveniencia de - que la radiodifusión se considere como un servicio de utilidad pública que debe, por lo tanto, ponerse bajo el control del Estado, - con más justificación todavía que los de correos y telégrafos."⁹³

Para realizar esto, el general Mújica hacía varias proposiciones para "abandonar el sistema norteamericano y sustituirlo por el europeo"⁹⁴:

"...reformar la (...) Ley General de Vías de Comunicación, de tal modo que todo el servicio de radiodifusión se considere incorporado a la Red Nacional, como un servicio nacional único y

bajo una sola autoridad. La base de su sostenimiento, como es natural, dejarán de ser los anuncios. Se creará, en cambio, - una tasa que deberán pagar los usuarios directos del servicio, los dueños de radio-receptores, lo mismo que se hace en el correo y el telégrafo.

"El suministro del repetido servicio lo hará el Gobierno, sea por medio de una dirección general o comisión especial, o bien a través de una institución semi-oficial como ocurre, por --- ejemplo, en Inglaterra y Alemania.

"El órgano antes aludido calculará tanto las posibilidades como las necesidades de expansión radiofónica, y de acuerdo con las unas y las otras resolverá la cantidad, la calidad y la - ubicación de las estaciones transmisoras que cada año hayan de funcionar en el país.

"Los programas deberán equilibrar y armonizar los número de - diversión propiamente dicha, con los de difusión artística y científica destinados a elevar el nivel cultural de las masas. Podrá hacerse intervenir en la formación de ellos a un comité compuesto por artistas, hombres de ciencia, maestros, orado--res y en general, intelectuales de verdadera valía, que toma--rá muy en cuenta, para el desempeño de su labor, las peticio--nes, indicaciones y sugerencias del radioauditorio.

"La totalidad del rendimiento de la contribución de radio-receptores, se destinará al mejoramiento de las instalaciones - transmisoras y de los programas, así como a la adquisición e instalación de aparatos de para recibir, provistos de magnavo--ces, en salones de ingreso gratuito, plazas y parques públi--cos, escuelas, centros campesinos y obreros en donde puedan - congregarse representaciones copiosas de las clases populares a escuchar las transmisiones.

"Se suprimirán todos los parlamentos vacíos, y hasta ofensi--vos para el sentido común, de los anunciadores, los cuales se sustituirán, cuando haga falta, con la lectura de escritos -- conteniendo noticias científicas, artísticas, literarias o -- simplemente curiosas, capaces de distraer e instruir a los ra

dioyentes durante los intervalos del programa propiamente dicho.

"Podrán admitirse programas expensados por empresarios particulares con propósitos mercantiles, siempre que el producto que se anuncie y la propaganda que se haga en ninguna forma perjudiquen el interés de los radioyentes. No se tolerará más que la mención breve del anunciante y la cosa anunciada. Se prohibirá la difusión de textos puramente comerciales, cualquiera que fuere su extensión. El tiempo dedicado a la transmisión de la clase de anuncios permitidos no excederá de diez minutos diarios por cada estación.

"El dinero obtenido de los anuncios en la forma antes indicada, se dedicará a los mismos fines que el que produzca la tasa sobre radio-recepción.

"La transformación del actual sistema en el nuevo puede hacerse:

"a) mediante la expropiación por causa de utilidad pública de todas las estaciones radiodifusoras existentes.

"b) por la constitución de un consorcio único, semejante al que existe en Alemania, que formarán las principales radiodifusoras del país, y en el cual deberá tener el Gobierno un 51% cuando menos de las acciones. En este caso habrá que indemnizar a las pequeñas compañías cuya supresión se resuelva, y que crear una comisión especial que se encargue de la confección y vigilancia de los programas transmitidos.

"c) por la no renovación de las licencias concedidas, y la progresiva sustitución de las estaciones así eliminadas por otras dependientes del Estado, que así podrá adquirir el material de las puestas fuera de uso, en condiciones excepcionalmente favorables.

"La elección de cualquiera de los procedimientos indicados, y aun de algunos otros que llegado el caso pudieran imaginarse, depende de condiciones objetivas y solamente será posible hacerla después de un examen concreto de la cuestión.

"Lo fundamental es que el Estado convierta el radio, de un -- instrumento de explotación comercial, en ocasiones impúdica y dañina para el interés colectivo que ahora es, en un medio, - eficazísimo de elevar el nivel de la cultura del pueblo, de - encauzar sus sentimientos artísticos, y de despertar la con-- ciencia de clase de las masas trabajadoras, como otros tantos factores que expediten el tránsito de la sociedad opresiva de hoy, a la libre y dichosa sociedad de mañana".⁹⁴

Como puede observarse, el proyecto del general Francisco Mújica no se limitaba a la proposición de reformas que pudieran "mejorar" el sistema de radiodifusión en el país. Era, por el contrario, un proyecto que planteaba una transformación radical de ella. No - se trataba de proponer un nuevo Reglamento de Radiodifusión, sino que se pretendía establecer una nueva estructura radiofónica en el país tanto desde el punto de vista de su funcionamiento económico, como desde el político y el jurídico. Justamente por ello, su aplicación tenía que encontrar muchos obstáculos, varios de ellos muy difíciles de salvar.

Por una parte, existían dificultades que se desprendían del - carácter mismo de la política que el régimen seguía con respecto - a las industrias nacionales. De acuerdo con esta política resultaba difícil que el gobierno decidiera afectar de una manera tan seria - como la que proponía Mújica- a un grupo de empresarios que - a pesar de la asociación de algunos de ellos con el capital estaduni dense como el caso del propietario de XEW cuya estación formaba parte de la cadena continental de NBC- conformaban una industria mexicana.

Y la industria de la radiodifusión, como todas las industrias nacionales debía ser apoyada por el Estado para fomentar su expan--

sión mientras no rebasara los marcos políticos impuestos por él. - Para evitar que ocurrieran abusos de los industriales de la radiodifusión o violaciones a las disposiciones legales vigentes el Estado debía ejercer, efectivamente, un control más estricto sobre las emisiones, pero para ello no era necesario asumir un control absoluto de la radiodifusión. En realidad -parecía suponer el gobierno- la coexistencia del Estado y de los particulares en la radiodifusión no tenía porque impedirse, mientras éstos prestaran su colaboración al Estado en sus campañas políticas y educativas. Por supuesto, el sistema de radiodifusión estatal debía aumentar su eficiencia técnica, administrativa y política para no verse desplazado por la radio comercial y, para ello, la creación del DAPP sería un paso fundamental. Pero todo esto no implicaba que la radio comercial tuviera que desaparecer pues ésta, además, podía contribuir con su expansión a hacer crecer la red radiofónica en el país algo para lo cual el Estado hubiera tenido que emprender un gran esfuerzo. Así, en la óptica del gobierno, el adecuado control político de las estaciones comerciales combinado con las facilidades a esta industria para su expansión no constituían elementos contradictorios. Más aún, esto, combinado con el reforzamiento del aparato estatal de radiodifusión parecían ser el mejor camino para esta actividad en el país.

Por otro lado, existían también, como obstáculo para el proyecto, mujiquista, las entrevistas que los radiodifusores privados sostuvieron en septiembre de 1937 con el presidente, presumiblemente para solicitarle que el contenido de la nueva Ley General de Vías de Comunicación, que ese año se envió a la Cámara de Diputados, no incluyera disposiciones que afectaran a sus intereses.⁹⁵

Finalmente, otro factor importante que operaba en contra del proyecto de Mújica era el hecho de que dicho proyecto no se encontraba apoyado por una fuerza social que impulsara al gobierno hacia la toma de una decisión favorable a la adopción del plan mujiquista y que pudiera enfrentar los obstáculos que éste encontraría tanto en las esferas oficiales como por parte de la burguesía. En realidad, el proyecto del Secretario de Comunicaciones nunca fue expuesto públicamente y nunca se trató de movilizar en torno a él a los sectores populares. Esto se debía, en buena medida, a que había sido generado por un sector pequeño de la burocracia progresista y no directamente por las organizaciones sociales y políticas populares. Pero, por otro lado, las características de la industria radiofónica no eran muy propicias para generar un movimiento de masas que apoyara su transformación. En primer lugar era una industria que independientemente de que sus sistemas de operación fueran típicamente estadounidenses y el contenido de sus transmisiones tuviera también esa influencia era propiedad de mexicanos (otra cosa hubiera sucedido si los propietarios de las concesiones hubiesen sido extranjeros). Y, en segundo lugar, no es posible negar -- que el tipo de programas emitidos por la radio comercial resultaba del agrado de la mayor parte de los radioescuchas lo que hubiera hecho de difícil comprensión argumentos como los que proponía Mújica acerca, por ejemplo, de la música de Agustín Lara, si con ellos se hubiera intentado justificar la estatización de la radio. Todos estos elementos, fundamentalmente la política del Estado con respecto a las industrias mexicanas se convirtieron en un obstáculo infranqueable para el proyecto citado. En estas condiciones, este

proyecto, generado en las esferas gubernamentales y nunca conocido públicamente, tenía que resolver su destino en el interior del propio aparato estatal. Y así ocurrió.

En efecto, después de una serie de consultas con el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, el presidente Cárdenas envió a la Cámara de Diputados, en septiembre de 1937, un proyecto de Ley de Vías Generales de Comunicación. En él se mantenían algunas de las proposiciones que el general Mújica había hecho al presidente en el documento al que antes me referí. En la medida en que otros planteamientos, especialmente los referentes a las características que debía tener la emisión de propaganda del Estado, habían sido parcialmente considerados en las funciones encomendadas al DAPP en lo relativo a la radiodifusión, las proposiciones relacionadas con el proyecto inicial de Mújica que se recogen en el proyecto de LVGC de 1937, se refieren a ciertos mecanismos con los que se trataba de regular el funcionamiento de la radio comercial y de permitir que el Estado obtuviera de esta actividad, a través del cobro del "derecho de recepción" a que se refería Mújica, una mayor cantidad de recursos económicos que le permitieran financiar el establecimiento de más estaciones oficiales.

Aunque entre el proyecto inicial de Mújica y los planteamientos contenidos en este proyecto de ley hay una diferencia abismal en cuanto al contenido político (el primero es sumamente radical en relación al segundo), se conservan en este último algunas cosas interesantes.

En el artículo 402 del proyecto de ley se establecía el tipo de transmisiones que realizaría cada tipo de estación permitida, -

esto es, las culturales, las de experimentación científica, las de aficionados y las comerciales. En el caso de estas últimas se indicaba que podrían transmitir solamente "programas musicales (...), piezas de teatro, temas de investigación científica y artística, crónicas e informaciones deportivas, de interés general y propaganda comercial."⁹⁶ En el último párrafo del artículo se determinaba un procedimiento para controlar el contenido de las transmisiones:

"Todos los programas de estas estaciones serán sometidos a la previa aprobación de la autoridad administrativa correspondiente."⁹⁷

En la exposición de motivos del proyecto de ley se justificaban estas medidas:

"Se estimó pertinente señalar concretamente las transmisiones que pueden efectuar para evitar confusiones ulteriores y con la idea de encauzar la explotación de las estaciones de radio hacia objetivos de utilidad general. Si bien es cierto que -- son estaciones comerciales, también es necesario que su explotación no llegue a los extremos de un mercantilismo desenfrenado, pues no hay que olvidar que ante todo son empresas de servicios públicos."⁹⁸

En el artículo 407 se determinaba la obligación de los concesionarios de pagar el salario de los interventores de la SCOP que tenían a su cargo la vigilancia del funcionamiento legal de las estaciones. Aunque esto ya se llevaba a la práctica, la SCOP consideraba que debía expresarse con toda claridad en la ley.

Pero quizá la reforma de mayor importancia que proponía Mújica era la referente al establecimiento de un impuesto por "derecho de recepción" (similar al que se cobraba en Europa), que deberían

pagar los propietarios de aparatos radio-receptores. Esta disposición tenía como objetivo obtener fondos para la instalación de un número mayor de estaciones culturales:

"Para cooperar con la Federación en el establecimiento de estaciones culturales tan necesarias para difundir en todo el país la obra del Gobierno Federal, el artículo 411 impone a las personas que compran aparatos receptores la obligación de pagar un impuesto que se causará en el momento de adquirir -- los aparatos. El monto de este impuesto se destinará a la --- creación de un fondo para el establecimiento de dichas estaciones radiodifusoras culturales."⁹⁹

Como se puede ver, para Mújica las estaciones culturales no debían ser autónomas del Estado, sino, por el contrario, debían estar estrechamente vinculadas a él o, más aún, ser órganos de expresión de él:

"La Ley, en su artículo 403, al referirse a las estaciones -- culturales y al señalar las tareas que pueden desarrollar, establece que estas instalaciones sólo pueden ser operadas por la Federación, los Gobiernos de los Estados, los Municipios y las Universidades. Dedicándose éstas instalaciones a la difusión de la cultura, lo lógico es que sólo puedan ser establecidas por el Poder Público que es quien tiene como función primordial el desarrollo de la cultura por las Universidades que son los centros en que se imparte esa cultura."¹⁰⁰

En última instancia, lo que se perseguía a través de esta disposición era aumentar la red de estaciones radiodifusoras controladas por el Estado, ante la imposibilidad de hacerlo por los medios propuestos en el proyecto inicial.

Ahora bien, a pesar de que el carácter de estas proposiciones contrastaba enormemente con las intenciones de transformar radical

mente la radiodifusión mexicana contenidas en el proyecto original del general Mújica, fueron completamente rechazadas por la Cámara de Diputados.

En efecto, el proyecto de LVGC fechado el 24 de septiembre de 1937 y firmado por el presidente Cárdenas y por el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Francisco J. Mújica, fue recibido en la Cámara de Diputados el 28 de septiembre de 1937. De inmediato fue turnado a la Comisión de Vías Generales de Comunicación para que ésta dictaminara sobre su contenido.

Sin embargo, esta Comisión tardó dos años en rendir su dictamen acerca del proyecto de ley. Así el dictamen del proyecto de LVGC, que contenía un conjunto de reformas sumamente significativas introducidas por los diputados miembros de la Comisión, fue presentado para su discusión en la Cámara el 6 de octubre de 1939. Para entonces, muchas cosas habían ocurrido en el país. Como se ha expuesto en la parte introductoria de este capítulo, los últimos dos años del gobierno cardenista se significan por un cambio muy profundo en la correlación de fuerzas en la sociedad que se expresa en el debilitamiento de la alianza cardenista y en el consecuente fortalecimiento de las posiciones políticas de la burguesía en el aparato estatal y en el recién fundado PRM. En el caso de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, el titular de la dependencia, Francisco J. Mújica, involucrado de manera muy profunda en el problema de la sucesión presidencial de 1940, había renunciado y su lugar era ocupado por el ingeniero Melquiades Angulo Gallardo quien había nombrado subsecretario del ramo al señor Modesto C. Rolland cuya vinculación con los radiodifusores comerciales

era tan estrecha como que había sido fundador y presidente de una de las primeras organizaciones gremiales de los radiodifusores mexicanos: la Liga Central Mexicana de Radio.¹⁰¹

Por otro lado, a estas alturas, en las Cámaras de diputados y de senadores, se habían delineado ya, con toda claridad, las posiciones de quienes aún defendían proyectos democráticos (la minoría de legisladores que apoyaron la candidatura del general Mújica a la presidencia) y de quienes se habían alineado con el grupo que sostuvo la postulación de Avila Camacho y que con el retiro que Mújica hiciera de su precandidatura, en julio de 1939, había conquistado totalmente la hegemonía en el PRM y se preparaba para gobernar el país salvando, a como diera lugar, el obstáculo representado por el candidato de la ultraderecha: el general Almazán.

Con estos antecedentes es fácil entender la suerte que tuvieron los vestigios de las proposiciones mujiquistas que aún se conservaban en el proyecto de LVGC.

Habiendo realizado una serie de consultas en el "Salón Verde" de la Cámara de Diputados en las que se habían escuchado "con toda amplitud las opiniones de los sectores patronales, de los sectores obreros, de las distintas dependencias del Ejecutivo Federal, de los Gobiernos de los Estados, y (habiendo) procurado armonizar estos intereses buscando la mejor forma de que se expida una ley que venga a armonizar los intereses generales del país"¹⁰², la Comisión de Vías Generales de Comunicación, presidida por el diputado Luis Lombardo Toledano, presentó su dictamen.

Cabe señalar aquí que, en lo general el proyecto de LVGC presentado por Mújica proponía una serie de reformas en diferentes --

era tan estrecha como que había sido fundador y presidente de una de las primeras organizaciones gremiales de los radiodifusores mexicanos: la Liga Central Mexicana de Radio.¹⁰¹

Por otro lado, a estas alturas, en las Cámaras de diputados y de senadores, se habían delineado ya, con toda claridad, las posiciones de quienes aún defendían proyectos democráticos (la minoría de legisladores que apoyaron la candidatura del general Mújica a la presidencia) y de quienes se habían alineado con el grupo que sostuvo la postulación de Avila Camacho y que con el retiro que Mújica hiciera de su precandidatura, en julio de 1939, había conquistado totalmente la hegemonía en el PRM y se preparaba para gobernar el país salvando, a como diera lugar, el obstáculo representado por el candidato de la ultraderecha: el general Almazán.

Con estos antecedentes es fácil entender la suerte que tuvieron los vestigios de las proposiciones mujiquistas que aún se conservaban en el proyecto de LVGC.

Habiendo realizado una serie de consultas en el "Salón Verde" de la Cámara de Diputados en las que se habían escuchado "con toda amplitud las opiniones de los sectores patronales, de los sectores obreros, de las distintas dependencias del Ejecutivo Federal, de los Gobiernos de los Estados, y (habiendo) procurado armonizar estos intereses buscando la mejor forma de que se expida una ley que venga a armonizar los intereses generales del país"¹⁰², la Comisión de Vías Generales de Comunicación, presidida por el diputado Luis Lombardo Toledano, presentó su dictamen.

Cabe señalar aquí que, en lo general el proyecto de LVGC presentado por Mújica proponía una serie de reformas en diferentes --

áreas de competencia de la SCOP que, de haber sido aplicadas, hubieran afectado sensiblemente los intereses de varios concesionarios de las vías generales de comunicación, entre los que destacaban los permisionarios del transporte camionero y la compañía de tranvías (esta última propiedad de accionistas ingleses y canadienses). Estos burgueses, en franco proceso de enriquecimiento, desarrollaron, encabezados por la Alianza de Camioneros de México, y seguidos por otros sectores patronales como los radiodifusores comerciales, una intensa campaña de presiones al gobierno para que la versión final de la LVGC no incluyera aquellas disposiciones que afectaban a sus intereses. No es posible detenerse aquí, pues no es ese el objetivo de este trabajo, a analizar cada una de las reformas cuya aplicación fue impedida por camioneros y tranviarios, pero baste señalar, por ejemplo, que los primeros lograron erradicar de la versión final de la LVGC, aquellas disposiciones que mejoraban las condiciones de trabajo para los choferes de los camiones y que establecían, entre otras cosas, la obligación de los permisionarios de pagar sueldos fijos a los conductores (que obtenían sus ingresos mediante un porcentaje del boletaje vendido) y la constitución amparada por la ley, de cooperativas a través de las cuales los trabajadores de las líneas camioneras pudieran adquirir en propiedad vehículos para el transporte de pasajeros. En el caso de los tranviarios, éstos lograron incluso que se modificara la disposición que los obligaba a pavimentar las calles por donde sus vehículos transitaban en una cantidad de un metro a cada lado de la vía. Argumentando que ello representaba un gasto enorme, los tranviarios lograron que la distancia que se les obligaba a pavimentar fuera de sólo 60 centímetros.¹⁰³

En el caso que nos ocupa, el de la radiodifusión, las modificaciones introducidas por la Comisión de Vías Generales de Comunicación, (algunas a iniciativa de la nueva administración de la --- SCOP) fueron las siguientes:

El último párrafo del artículo 402 que establecía la previa - aprobación de los programas de las estaciones de radio por parte - de la autoridad fue suprimido "considerando (...) que el valor --- principal de los servicios de información y divulgación de las ra- diodifusoras radica en la oportunidad de sus transmisiones (la pre- via aprobación de las transmisiones no es recomendable) y con ello no se expone al Estado a ningún riesgo, pues los demás preceptos - de la Ley y de sus reglamentos garantizan la observancia por parte de los radiodifusores a los límites dentro de los cuales pueden de- sarrollar su actividad."¹⁰⁴

La disposición contenida en el artículo 407 del proyecto en- -viado por Mújica en el que se obligaba a los concesionarios a pa- -gar los honorarios del interventor fue cambiada por el ordenamiento de que éstos fueran cubiertos por el Erario Federal.

La nueva disposición se debía, según la Comisión, a que esa - práctica, que ya se realizaba, era viciosa, "pues establece una re- lación de dependencia económica que restringe el libre cumplimien- to de su deber a los propios interventores. Por garantía misma de la Administración, fue reformado este artículo para que sea el Era- rio Federal quien pague a los interventores."¹⁰⁵

Aunque en estos dos artículos no había implícito ningún conte- nido democrático, su modificación evidencia una defensa de los in- tereses patronales por los diputados de la Comisión.

Por último, la proposición contenida en el artículo 411 para que fuera cobrado el "derecho de recepción", fue suprimida. Esta disposición que, como hemos visto, constituía un último recurso de Mújica para reforzar el sector estatal de la radiodifusión a cuyo fin se pensaba dirigir el monto de ese impuesto, fue derogada por la Comisión "estimando que todo impuesto a los aparatos radio-receptores afecta principalmente a la clase menos capacitada económicamente y que el Estado debe emplear el radio como uno de los mejores vehículos para hacer llegar a las regiones más apartadas del país los beneficios de la cultura...".¹⁰⁶

Esta argumentación estaba muy a tono con el momento que vivía el país, en el cual el discurso político había adquirido su carácter en el que, matizado con un tono populista que pretendía "defender los intereses del pueblo, era utilizado para contener los proyectos democráticos y hacer progresar los intereses de la ascendente burguesía.

Por ello no resulta extraña la contrapropuesta que la Comisión hizo al planteamiento del artículo 411 del proyecto de Mújica:

"En su lugar (del artículo 411; FMB) se estableció una disposición nueva para dar vida legal a un organismo que ha estado funcionando en forma administrativa desde hace algún tiempo y que ha dado frutos muy valiosos a esta actividad apenas naciente en nuestro medio. Este organismo es la Comisión Consultiva de Radio compuesta por una mayoría de representantes de la Secretaría de Comunicaciones y a cuyo cargo quedará el estudio de todos los problemas de la radiodifusión comercial, así como la debida marcha de las estaciones."¹⁰⁷

Pero no eran sólo representantes de la SCOP quienes intervenirían en esta "Comisión Consultiva". El artículo 416 establecía que:

"Para el estudio de los problemas de radiodifusión comercial y la debida marcha de las estaciones se creará una Comisión - Consultiva, compuesta de cinco miembros, tres de ellos designados por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y dos por la Cámara Nacional de Transportes y Comunicaciones".¹⁰⁸

Como veremos más adelante, los radiodifusores se agrupaban en esa época en esta Cámara industrial y, más aún, tras de una intensa actividad política desarrollada en ella, habían ganado la dirección de la misma al grado que en ese año, el presidente de la Cámara Nacional de Transportes y Comunicaciones era el doctor Luis de la Rosa, conocido radiodifusor vinculado a la XEW. Durante el periodo de discusión de la LVGC la Cámara influyó notablemente en la adopción de gran número de disposiciones que formaron parte de la versión final de la citada ley. En el caso específico de la radiodifusión, artículos como el que creaba la Comisión Consultiva de Radio fueron propuestos directamente por los directivos de esa Cámara.

Con la creación de la "Comisión Consultiva" citada, la intervención directa (y en los más altos niveles del aparato estatal) - de los radiodifusores en la definición del rumbo de la radiodifusión en el país quedaba asegurada por la ley. Ya no sólo tenían representación ante el Estado mediante una cámara industrial, sino - que formarían parte de un organismo donde podrían negociar con mayor libertad con la certeza de que las decisiones que ahí se tomaran, siempre tendrían que ser aprobadas por ellos.

Todas estas modificaciones fueron realizadas, según el diputado Luis Lombardo Toledano, debido a que "el proyecto del Ejecutivo (es decir, el enviado por Mújica: FMB) encerraba, a juicio de la -

Comisión, problemas que de haberse aceptado tal y como estaban propuestos, hubieran causado graves perjuicios, tanto al sector patronal como al sector de trabajadores; es decir, el conglomerado, que en este caso es el que resulta el más interesado en esta cuestión.¹⁰⁹

De esta manera, el proyecto inicial de Mújica, que pretendía realizar una transformación radical de la radiodifusión en México, del cual los artículos suprimidos o modificados en la Cámara de Diputados eran ya sólo una débil expresión, quedaba definitivamente sepultado. Esta era una de las muchas manifestaciones que en la vida social, económica y política del país tuvo el fortalecimiento de la burguesía y el aumento de su influencia en el Estado.

Pero no fue la derrota del proyecto mujiquista de radiodifusión el único efecto que tuvo la nueva correlación de fuerzas en el país en este campo. Aparte de frenar las proposiciones del entonces ex-secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, se incluyeron nuevas disposiciones (además de la ya referida creación de la Comisión Consultiva de Radio) que otorgarían a los radiodifusores privados grandes ventajas para expandir su industria. Esto lo veremos en el siguiente y último apartado de este capítulo.

3) La Política de los Industriales de la Radiodifusión.

Ya se ha indicado en este capítulo que durante el gobierno de Cárdenas, el Estado ejerció un estricto control sobre el contenido de las emisiones radiofónicas para evitar que las estaciones difusoras fueran utilizadas para transmitir propaganda contra el régimen. Sin embargo, como se indicó también, el Estado nunca formuló

ninguna legislación que regulara el contenido de la programación - de la radio comercial y evitara en ella la transmisión de mensajes absolutamente contrarios a las necesidades de educación y cultura de la población. Asimismo, se afirmó también que el Estado apoyó - de manera total la expansión de la industria radiofónica en este - periodo.

Esto puede comprobarse al observar algunas cifras relativas - al crecimiento de esta actividad en esos años.

De 1934 a 1940, el número de estaciones de radio comerciales, la inversión captada por ellas y los ingresos brutos obtenidos por su explotación fueron los siguientes:

Año	Número de Estaciones Comerciales	Inversión	Ingresos Brutos	Número de Empleados	
				Operadores	Anunciadores
1936	68	\$ 3,111,741.35	-	99	175
1937	70	\$ 5,133,485.04	\$3,482,198.74	129	226
1938	72	\$ 7,499,660.36	\$5,191,487.15	93	152
1939	93	\$ 8,960,765.52	\$6,720,676.74	85	150
1940	113	\$ 12,003,463.75	\$7,234,085.70	202	286

Fuente: Datos de Arturo Melgar, El Desarrollo de la Radio en México, Radiolandia No. 459, 13/marzo/54, p. 10.

Como se ve, tanto el número de estaciones como la reinversión y los ingresos van en aumento año con año, pero es al final del ré

gimen del general Cárdenas cuando se observa un incremento mayor - en estos rubros. En estos años, por ejemplo, la estación más importante, la XEW, tuvo un crecimiento notable. Esta emisora, que había iniciado sus operaciones con una planta de 5,000 watts, aumentó su potencia a 10,000 watts hasta 1937 año en que, además, empezó a transmitir en onda corta. Pero en los últimos tres años del gobierno de Cárdenas, su expansión fue enorme. En 1938 aumentó su potencia a 100,000 watts, en 1939 adquirió una antena de "media onda" con potencia de "200,000 watts efectivos". Y en 1940 instaló una torre de 200 metros de altura en la ex hacienda de San Antonio Coapa.¹¹⁰

Asimismo, se fundó en octubre de 1938 la importante estación XEQ que habría de integrarse a la cadena continental de la Columbia Broadcasting System (CBS). La "Q" era también propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta quien así se confirmaba como el radiodifusor más poderoso del país. En esos años su prosperidad era ya tal que incluso planeaba introducir la televisión en México.¹¹¹

Por otro lado, es posible ver en el cuadro que el número de trabajadores en esta industria (sin contar artistas) varía de manera sumamente irregular y de un año a otro crece o disminuye de manera considerable, lo que permite suponer una inestabilidad en las condiciones laborales de los trabajadores de esta industria cuyo número, al parecer, aumentaba o decrecía de acuerdo a las necesidades de las empresas.

Ahora bien, a medida que el crecimiento económico de la industria radiofónica fue en aumento, la necesidad de los radiodifusores de agruparse en una organización gremial fue aumentando tam---

bién. Esto era así pues, conforme iba transcurriendo el sexenio -- 1934-1940, las críticas hacia la radio comercial aumentaban y, como hemos visto, empezaban a proponerse proyectos alternativos. Por ello, la creación de una organización que cumpliera con la doble función de defender los intereses de los radiodifusores y de hacer progresar sus proyectos era impostergable. Y si ya en 1935, aún -- sin contar con esta organización, los radiodifusores habían obtenido un importante triunfo al conseguir que la cuota del 5% sobre ingresos brutos que debían pagar según la Ley de Impuestos de 1933, fuera reducida al 2% sobre el monto de esos ingresos,¹¹² las perspectivas que se abrían para la defensa de sus intereses y la promoción de sus proyectos contando con una organización gremial, eran mucho mejores.

Así, el 23 de febrero de 1937, se reunieron en el restorán -- Manhattan de la Ciudad de México radiodifusores como Clemente Serna Martínez, Fernando Pazos Sosa, Roberto Meneses, Mario Bozzano, José Rodríguez López, Rodolfo Juárez y José Expedito Martínez en representación de las estaciones XET de Monterrey, XEV de Veracruz, XEJ de Ciudad Juárez, XED de Guadalajara, XETF de Veracruz, XECZ de San Luis Potosí y XEFW de Tampico. En esta reunión se acordó la fundación de la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras -- (AMER), cuya mesa directiva quedó formada por Clemente Serna Martínez (Presidente), Roberto Meneses (Secretario) y Fernando Pazos Sosa (Tesorero).¹¹³

Según sus fundadores, la AMER tendría los siguientes objetivos:

"1) Formar un frente de estaciones radiodifusoras de los estados;

"2) Pugnar por el mejoramiento de las condiciones generales - de las mismas;

"3) Establecer un intercambio de ideas comerciales y técnicas entre sí."¹¹⁴

Los promotores de esta organización fueron, como puede verse radiodifusores de provincia quienes al parecer "se sentían empujados ante el enorme auge que tenían las estaciones de la capital, especialmente la XEW (...) que acaparaba recursos humanos, -- anunciantes, dinero y poder"¹¹⁵ y tenían como objetivo inicial --- unir esfuerzos para no quedar en una desventaja tan grande con respecto a las emisoras más poderosas. Sin embargo, la intervención - de Luis de la Rosa, un médico que había tenido su primer contacto con el radio cuando había anunciado un producto llamado "Fosfocresol" en la XEW y que por esa fecha trabajaba en la XEPW de Tampico, hizo que, a pesar de haberse aceptado como objetivos de la AMER -- los arriba citados, la nascente organización acordara no limitarse a estos y se comprometiera a promover entre todos los radiodifusores del país, incluidos los del Distrito Federal, la creación de - una organización más amplia de carácter efectivamente nacional. Al parecer, en su intervención, De la Rosa hizo ver a los radiodifusores que había que dar "la batalla desde adentro, es decir, sesionando con los grandes de la B y la W" y que sería mucho más benéfica para la industria radiofónica una agrupación gremial que incluyera tanto a los propietarios de estaciones pequeñas como a los de las más potentes. En vista de ello, se acordó, al final de la sesión en que se constituyó la AMER, convocar a los propietarios de todas las estaciones radiodifusoras del país a una Convención Na--

cional que tendría lugar el 23 de abril de 1937 en la capital del país. 116

Esta reunión, no obstante, se pospuso hasta el 11 de junio de ése mismo año, fecha en que finalmente se celebró en el Salón de Profesores de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, en la calle de Uruguay. A esta Convención Nacional asistieron representantes de 20 estaciones de diversos lugares del país: 10 del Distrito Federal, 2 de Veracruz, 2 de Tamaulipas y uno por cada uno de los siguientes lugares: Puebla, Durango, Monterrey, León, Guadaluajara y San Luis Potosí.

Por votación unánime se acordó constituir una nueva agrupación denominada Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC), cuyo objetivo fundamental sería "defender los intereses comunes de los radiodifusores (y) hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades."¹¹⁷

Como presidente de la AMERC fue elegido el Dr. Luis de la Rosa --- quien así iniciaba una brillante trayectoria política como uno de los más destacados dirigentes de los radiodifusores comerciales.

Ya se indicó más arriba la forma en que la AMERC trató de influir en el presidente Cárdenas en septiembre de 1937 para evitar que el contenido del proyecto de LVGC incluyera disposiciones que afectaran los intereses de los radiodifusores. Esta fue la primera acción política de la AMERC.

En 1939, para cumplir con lo dispuesto por el gobierno en --- 1936 a través de la Ley de Cámaras de Industria y Comercio en cuanto a la obligación de todos los industriales de agruparse en una cámara industrial, la AMERC ingresó a la Cámara de Transportes y -

Comunicaciones donde formó la Sección de Radiodifusión. Al parecer, en el interior de la AMERC la idea de ingresar a la Cámara de Transportes y Comunicaciones no había despertado mucho interés. Sin embargo, el licenciado Gustavo Espinosa Mireles, funcionario de la Compañía Mexicana de Aviación y presidente de la citada cámara industrial se entrevistó con Emilio Azcárraga para convencerlo de la "conveniencia de agruparse dentro de ella para lograr una representación reconocida oficialmente".¹¹⁸

Una vez habiéndose constituido en la Cámara de Transportes y Comunicación la Sección de Radiodifusión los radiodifusores comerciales desarrollaron una intensa actividad política que desembocó, a solo 6 meses de su ingreso, en la elección del doctor Luis de la Rosa como presidente de esta Cámara. Pero no obstante haberse incorporado a ella y haber conseguido la dirección, los radiodifusores decidieron no disolver la AMERC. La supervivencia de ésta era necesaria, pues si bien a través de la Cámara de Transportes y Comunicaciones la capacidad de negociación frente al Estado se potenciaba por estar representadas en ella varias industrias, también era cierto que dicha cámara tenía que defender, en primer lugar, los intereses generales de todos sus agremiados y sólo después --- prestar atención a los específicos de cada una de las industrias allí integradas. Esto hacía necesario que la AMERC siguiera existiendo como "asociación civil" para defender los intereses de los radiodifusores, pues éstos requerían contar con una autonomía que les permitiera actuar con libertad absoluta en ciertos momentos, lo que su incorporación a la cámara les podía obstaculizar. Pero, al mismo tiempo, los radiodifusores debían ser capaces de aprove--

char todas las posibilidades que su unificación con otros industriales en una cámara les brindaba.

Así, la AMERC continuó funcionando en su local de Niza 17 (domicilio del doctor De la Rosa) y con mayor fuerza incluso, pues en 1939 contaba ya con 100 estaciones afiliadas de las 113 existentes. En mayo de 1939, De la Rosa hacía un balance de la actuación de la AMERC hasta entonces:

"Dos funciones fundamentales ha realizado la Asociación: la primera, pugnar, como lo ha hecho con todo éxito, por el enaltamiento y la moralización de la industria radiofónica mexicana, labor a la que han contribuido por igual lo mismo las grandes estaciones que prestan un servicio internacional como las de baja potencia que (cubren) sólo un territorio reducido del país.

"Por otra parte, ha servido de órgano de relación entre las autoridades de toda índole y los concesionarios de las Estaciones Radiodifusoras, formando un ambiente de colaboración para el mejor cumplimiento de la ley entre los órganos encargados de velar por esto último y los particulares obligados a ello. Creo sinceramente que en este aspecto la Asociación ocupa un lugar que muy pocas instituciones privadas han llegado a alcanzar, pues la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, convencida del verdadero servicio social y patriótico que representa la Asociación, siempre ha aceptado su aportación sensata y equilibrada en la solución de todos los problemas tan graves que plantea esta naciente industria en nuestro país."¹¹⁹

Otra causa que hacía necesaria la permanencia de la AMERC era el hecho de que los radiodifusores comerciales de México requerían tener una organización a través de la cual entablar relaciones con los radiodifusores de otros países, especialmente de América, y --

que los representara en las reuniones o congresos internacionales relativos a la radiodifusión. Esto era mucho más factible hacerlo a través de la AMERC que de la Cámara de Transportes y Comunicaciones. Acerca de la actividad internacional de la AMERC, el doctor De la Rosa decía lo siguiente:

"La Asociación está destinada a desempeñar papel muy importante aun fuera de los límites de nuestro país, ya que como representativa de los intereses de esta industria, forzosamente habrá de tomar parte en todos los convenios, arreglos o discusiones que se efectúen con otras naciones por lo que se refiere a los servicios de radiodifusión. Todos los tratados internacionales sobre esta materia reconocen a las Asociaciones -- privadas existentes en cada país, el derecho a hacerse representar en las conferencias o congresos internacionales y si México en algunos casos no ha logrado la posición justa y a que tiene derecho en el concierto de las naciones, en gran parte se debe a que no ha podido hacer oír la voz de los intereses organizados de esta industria que, aparte de la importancia que tiene como tal, sirve de sostén y de vehículo de propaganda y difusión a todas las demás industrias cualquiera que sea su categoría."¹²⁰

Aunque "la política internacional" de los radiodifusores empezó a tener un desarrollo pleno en la década de los cuarenta cuando por iniciativa de los radiodifusores mexicanos se creó la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) (organización mediante la cual la radio comercial obtuvo importantes logros políticos en todo el continente y especialmente en Latinoamérica), desde fines de los años treinta este gremio comenzó a tener participación en este tipo de asuntos. Durante el año de 1939, estos industriales realizaron una intensa labor de presión al gobierno para que éste ratificara los tratados de La Habana que México había firmado en -

diciembre de 1937. Por medio de ellos se regulaba el funcionamiento de las transmisiones internacionales de la región norteamericana mediante la asignación a cada uno de los países firmantes de estos tratados de un número determinado de canales internacionales - para evitar que las estaciones de un país penetraran con sus transmisiones e interfirieran en las de las emisoras locales. Con estas medidas se evitaría que las estaciones de Estados Unidos, especialmente, penetraran libremente en otros países y afectaran con sus - transmisiones a las estaciones de los países del área. De acuerdo con estos tratados, las emisoras de Estados Unidos que podían utilizar "canales despejados para estaciones de potencia ilimitada con protección absoluta de interferencia" eran 24, a México le correspondían 6, a Canadá otras 6 y una a Cuba, Terranova, Haití y República Dominicana.

Para los grandes radiodifusores comerciales mexicanos, estos tratados tenían un interés muy especial, pues entre sus planes de expansión estaba el de utilizar algunos de los canales internacionales que correspondían a México, previa solicitud de ello al Estado, (cosa que finalmente lograron estaciones como XEW, XEB y posteriormente XEX). Pero, en general, el conjunto de los radiodifusores deseaba la pronta aplicación de los tratados para evitar que - sus estaciones fueran afectadas por las emisoras estadounidenses.

Los tratados de La Habana, sin embargo, no habían sido ratificados por el Senado de la República (a pesar de que ya habían sido firmados por México) debido, según el secretario de Comunicaciones, Melquiades Angulo a que las radiodifusoras de alta frecuencia situadas en la frontera con Estados Unidos se habían opuesto por la vía

legal a la orden del gobierno mexicano de trasladarse a otro sitio. Este cambio de lugar era, según los tratados, una condición necesaria para que dichas estaciones no afectaran el funcionamiento de las estadounidenses.¹²¹

Ante esta situación los radiodifusores comerciales, a través de la AMERC y a título individual, hicieron constantes peticiones al gobierno para que ratificara los tratados,¹²² cosa que finalmente sucedió en diciembre de 1939.¹²³

Pero sin duda alguna, el mayor triunfo político de los radiodifusores, durante este periodo, está contenido en la LVGC de 1939, cuya versión final contiene muchas disposiciones que fueron propuestas directamente por ellos,

En efecto, para atender los asuntos referentes a la radio en el nuevo proyecto de ley, el doctor De la Rosa, ya entonces presidente de la Cámara de Transportes y Comunicaciones, formó un equipo encabezado por el abogado de la XEW, José Luis Fernández, otro destacado dirigente de los radiodifusores. Ya en el apartado anterior se ha expuesto cómo las proposiciones del general Mújica contenidas en el proyecto de LVGC enviado por el Ejecutivo a la Cámara de Diputados fueron desechadas y sustituidas por otras que beneficiaban altamente a los industriales de la radio, especialmente desde el punto de vista político. Sin embargo, no fueron estas las únicas ventajas que la LVGC otorgó a los radiodifusores. Junto a ellas, lograron también la implantación de una disposición jurídica que les proporcionaría un gran beneficio económico y sería un factor decisivo para la expansión de la industria radiofónica. Me refiero a la disposición contenida en la LVGC de 1939, según la --

cual las estaciones radiodifusoras podrían gozar de las franquicias para la importación, libre de pago de impuesto, de equipos, refacciones y accesorios. Esto representaba un cambio radical respecto a lo que indicaban las anteriores leyes de la materia de 1931 y 1932, las cuales en el artículo 478 establecían que:

"Las estaciones de investigación científica, las difusoras -- destinadas a fines culturales o comerciales, no son de utilidad pública; por tanto, no disfrutarán de las franquicias que esta ley concede a las demás vías generales de comunicación. Tampoco estarán sujetas a reversión."¹²⁴

La concesión de tales franquicias a la radiodifusión comercial significó, según el licenciado José Luis Fernández "una gran ayuda en el desarrollo y mejoría de las instalaciones."¹²⁵ A partir de entonces, la importación de equipo radiofónico en México tuvo un ascenso extraordinario, lo cual se reflejó en el notable crecimiento de esta industria.¹²⁶

Todas estas disposiciones que hacían prevalecer los intereses comerciales en la radiodifusión ocurrieron, como ya se indicó, en un marco político donde las fuerzas democráticas iban perdiendo terreno al tiempo que se fortalecían las posiciones de la burguesía. Esto se expresaba también en la Cámara de Diputados, donde la discusión del proyecto de LVGC presentado por la Comisión de Vías Generales de Comunicación (que alteraba sustancialmente el presentado por el Ejecutivo) fue prácticamente nula, especialmente en lo relativo a la parte correspondiente a la radiodifusión.

A excepción del diputado Ismael Falcón, no hubo ningún otro que impugnara el proyecto de ley presentado por la Comisión citada. Este diputado, en primer lugar, criticó a quienes formaban la Comi

si3n de Vías Generales de Comunicaci3n por tardarse dos a3os en -- dictaminar el proyecto de LVGC enviado por el Ejecutivo y preten-- der que una vez reformado por ella se le aprobara en la c3mara con "dispensa de tr3mites".¹²⁷ El diputado Falc3n, asimismo, denunci3 algunas maniobras utilizadas por la comisi3n, por ejemplo la de ha ber impreso y repartido el proyecto de LVGC reformado por ella an-- tes de solicitar a la Mesa Directiva de la C3mara la orden de "im-- prímase y repártase". Así, seg3n Falc3n, cuando esta orden se dio, el dictamen "ya estaba impreso y todos lo traíamos en el bolsillo, en la (...) sesi3n en que se ley3..."¹²⁸ Finalmente este diputado afirm3 que el proyecto presentado por la comisi3n, a pesar de que afirmaba "solidarizarse con el criterio del Ejecutivo en el senti-- do de defender los intereses del proletariado",¹²⁹ lo contradecía en los hechos porque establecía enormes beneficios a los empresa-- rios que usufructuaban las vías generales de comunicaci3n:

"Así, resulta que la Compañía de Tranvías es proletaria y que los accionistas de Londres y Canadá son proletarios. Y (...) que las empresas de teléfonos cuyas accionistas son los con-- des y los marqueses de Suecia, son proletarios; y (...) que -- son proletarios Emilio Azcárraga, propietario de la XEW y del cine Alameda y que (es) capitalista y enemigo del proletaria-- do (el) que tiene sólo un camión que vale cuatro o cinco mil pesos."¹³⁰

Todas estas críticas de Falc3n fueron hechas durante la discu-- si3n "en lo general" del proyecto de ley. Sin embargo, cuando se -- puso a discusi3n la parte relativa a la radio no hubo un solo co-- mentario ni a favor ni en contra del contenido de dicho proyecto -- en esta materia.

Así, el 19 de diciembre de 1939 la LVGC fue enviada al Senado el cual la regresó a la Cámara de Diputados el 30 de diciembre --- faltando un día para el fin del periodo de sesiones- donde fue -- aprobada por unanimidad y pasada al Ejecutivo para su promulgación.

La nueva correlación de fuerzas en la sociedad mexicana y su efecto en la radiodifusión.

Como hemos podido ver, 1939 fue un año decisivo para los radiodifusores comerciales en su camino por establecer su dominio en este campo. Indudablemente la nueva correlación de fuerzas en el país había proporcionado a los industriales de la radio, el clima político propicio y el respaldo necesario para que sus iniciativas tuvieran éxito. Pero la nueva situación política del país no sólo benefició en este aspecto a la radiodifusión comercial.

Al mismo tiempo que los concesionarios conseguían influir en la versión final de la LVGC, se discutía en la Cámara de Diputados una iniciativa de ley que marcaría el final del eficiente sistema de radiodifusión estatal que el gobierno cardenista había construido. Se trataba de la nueva Ley de Secretarías y Departamentos de Estado enviada por el Ejecutivo en la que se disponía la desaparición de tres Departamentos que habían sido creados apenas 3 años antes: el Forestal y de Caza y Pesca, el de Educación Física y el de Prensa y Publicidad. Según esta iniciativa de Ley aprobada por el Congreso de la Unión en diciembre de 1939, la creación de estos Departamentos había sido "una medida transitoria inspirada en el propósito del Estado de dar impulso a ciertas actividades en las -

que es creciente la acción pública, pero sin perder de vista que - nuestro sistema constitucional considera como elementos fundamenta- les de organización administrativa a las Secretarías de Estado".¹³¹ Por ello, y considerando que los tres Departamentos citados "ha--- bían cumplido ya los fines para que fueron creados (era) convenien- te que las tareas que les estaban encomendadas (volvieran) a las - Secretarías de Estado correspondientes a fin de evitar la disper- sión de actividades administrativas afines, interferencia en la -- gestión pública, así como duplicidad de directores y retraso en el despacho de los negocios",¹³² se disponía que esas funciones fue- ran reintegradas a las Secretarías de Agricultura, Educación Públi- ca y Gobernación. De esta forma, en el caso de la radiodifusión es- tatal la "dirección y administración de las estaciones radiodifuso- ras pertenecientes al Ejecutivo, con excepción de las que forman - parte de la Red Nacional y de las que dependen de la Secretaría de la Defensa Nacional"¹³³ pasaban a la Secretaría de Gobernación.

La desaparición del DAPP, significaría un profundo debilita- miento de la participación del Estado en la radiodifusión. Si bien esto no representaba un abandono absoluto del Estado en la activi- dad radiofónica -pues un Estado contemporáneo no podría hacer esto nunca- sí significó una cierta subordinación de su capacidad para emitir mensajes a través de la radio con respecto a los designios de los radiodifusores comerciales. En efecto, aunque el Estado si- guió manteniendo un estricto control sobre el contenido de la pro- gramación radiofónica para evitar que se emitiera propaganda en su contra, al desaparecer el DAPP perdió mucha de su capacidad para - mantener una propaganda continua en su apoyo. Sin embargo esto no

se debía a una actitud "abstencionista" en la que de manera voluntaria, el Estado hubiera decidido disminuir su participación en la radio o de un error político por parte de la burocracia gobernante. Por el contrario, el cambio en la política estatal en materia de radiodifusión que se empezaba a gestar era una expresión más del avance de la derecha en el país y del aumento de su influencia en el Estado. Era la expresión de la sustitución en el aparato estatal de los funcionarios inclinados hacia posiciones democráticas, como el general Francisco J. Mújica, por políticos profesionales vinculados con la burguesía e incluso por miembros de ésta. En tales condiciones, no resultó extraño que el Estado, aun sin perder sus mecanismos de control político sobre la radiodifusión comercial, ni las formas de utilización del sistema radiofónico del país (incluyendo a las estaciones comerciales) establecidas en las leyes, empezara a desarrollar una política en la cual el centro de su relación con los radiodifusores fue la "cordialidad" y la "confianza" en que éstos colaborarían con el Estado cuando así se les solicitara. En la óptica del grupo que dirigiría el país a partir de 1940 no era necesario, ni mucho menos, establecer un sistema de radiodifusión estatal compuesto por un gran número de estaciones, pues las necesidades de difusión del Estado podían, a su juicio, ser cubiertas a través del conjunto de emisoras comerciales para lo cual había que estrechar las relaciones con los industriales de la radio vigilando, al mismo tiempo, que a través de esas difusoras no se expresaran fuerzas u opiniones contrarias a la política del Estado. En este sentido el fomento a la expansión de la radio comercial era una política absolutamente correcta a juicio de los

nuevos administradores del país. Y si bien tal política fue practicada con toda energía a partir del gobierno avilacamachista, durante los dos últimos años del régimen de Cárdenas se empezaron a dar expresiones de ella.

Aparte del éxito que para los radiodifusores comerciales significó la LVGC de 1939 y el beneficio que les representaba la desaparición del DAPP, hubo otros síntomas de la preeminencia que ---- ellos iban logrando en este campo. Por ejemplo, en julio de 1939, la XEFO, del PNR, que paulatinamente había ido perdiendo sus características de emisora de propaganda del régimen, decidió, por iniciativa de su director, Luis G. Franco, tomar el camino de la "eficiencia económica", para lo cual contrató como jefe del Departamento Comercial al conocido publicista Everardo Camacho con lo cual - "se vieron de inmediato aumentados los contratos publicitarios de la emisora".¹³⁴

Pero un hecho que mostraba el avance de las posiciones de los concesionarios era que, hacia fines de 1939 y durante el año de -- 1940, las críticas a la radio comercial habían dejado de tener el carácter violento y en ocasiones radical de los años anteriores en los que, como hemos visto, se llegó a proponer, incluso en las altas esferas del gobierno, la estatización del servicio radiofónico. Ahora, la opinión predominante era de carácter conciliatorio: la - radio no debía ser tan excesivamente comercial, pero tampoco debía ser estatizada. Y la solución que se proponía era más bien de tipo moralista o, en el mejor de los casos, pidiendo al Estado una "supervisión estricta" de las estaciones para evitar el "excesivo mercantilismo". Véanse si no los siguientes ejemplos:

"Las autoridades de cualquier país no prohíben (...) que este potente medio de radiodifusión se halle en manos de particulares, porque esperan que dirigidas por personas idóneas y honestas, sólo pueden redundar en beneficio de la Nación, pero no por esto dejan de saber también que poniendo en manos de empresas particulares semejante labor, se exponen a que pueda existir una falta de escrúpulo en algunas de aquellas personas para quienes la Radio sólo constituye un medio de hacer dinero. Es evidente que la vida de cualquier emisora que no esté subvencionada directamente por el Estado, debe hacerse en un ambiente comercial, pero, de eso a convertir el noble arte en 'gangsterismo', hay una gran distancia.

"¿Cómo podría evitarse? Fácilmente, con una ordenación enérgica que lleve a suprimir el lucro inmoral de los que transformando en un negocio inmoral la radio, se ven impotentes para desligar del mismo todos los vicios inherentes a cualquier industria lucrativa.

"Está muy lejos de nosotros pretender mermar la libertad e independencia que justamente debe existir en cualquier Estación. Simplemente queremos señalar que en esta independencia tan bella quienes olvidan su matiz artístico para subyugarlo cínicamente a un falso mercantilismo.

"El Estado con sus inspectores de supervisión, actúa como debe actuar, pero dejaría de producir benéficos resultados una ordenación enérgica llegando hasta la supresión de las concesiones a los que tergiversan las disposiciones dictadas en perjuicio del radioyente y de la cultura del país.

"Todo esto podría lograrse con una eficaz labor depuradora -- del Estado, situando al Arte en donde solamente el Arte puede vivir."¹³⁵

Acerca del mismo problema, el escritor Agustín Yáñez opinaba, en un artículo periodístico titulado "El Radio: Fuerza y Peligro", lo siguiente:

"No es que se pretenda substraer al comercio este vehículo de propaganda; sino que tal finalidad se subordine a los más altos intereses de la salud del pueblo, y que la misma propaganda mercantil, realice una campaña educativa que no está -- reñida con los intereses bursátiles como meridianamente lo de muestran algunos ensayos aislados que en nuestro país han podido realizarse; tal carácter de aislamiento ha sido la causa del fracaso; rivalidades comerciales no sujetas por el poder público dan al trasto con las buenas intenciones que al fin -- son obligadas a seguir la corriente de vulgaridad que asfixia al negocio.

"El problema es complejo, pero no insoluble. Desde luego se impone la intervención directa, ilustrada, sostenida por parte del Gobierno, cuya reglamentación hasta ahora se limita al aspecto mecánico del asunto, y apenas roza algunas necesidades elementales de orden público, de salubridad y de idolo-- gía, pero sin que tampoco esto se mantenga en una línea inflexible.

"Deberían revisarse las concesiones y cuidar que éstas quedaran debidamente garantizadas por personas de solvencia moral y cultural. Debería procederse a la elaboración de un Reglamento que tocara no sólo el lado técnico, sino principalmente el fondo y la forma culturales de esta expresión del pensamiento".¹³⁶

Incluso existían proposiciones, como la siguiente, de crear una organización que "protegiere los intereses de los radio escuchas", pero, en cualquier caso, los planteamientos siempre tendían a "conciliar los intereses públicos y los privados" y llamaban a la buena conciencia de los radiodifusores para mejorar la calidad de la radio en el país:

"En radiofonía hay dos intereses legítimos: el de las Emisoras y el de los radioyentes. Aquellos crean a los segundos, pero éstos sostienen a las primeras; (...) las Emisoras tie--

nen recursos bastantes para defenderse contra las dificultades y los oyentes están aislados, dispersos, siquiera ellos - basamenten la razón de ser de las estaciones..."

"Las Emisoras tienen influencias poderosas cerca del Gobierno. Este, por ahora, no interviene con fuerza directriz en el desarrollo de la obra radiofónica. Por ello, las Estaciones - no tienen control, que no sea el de aumentar sus intereses..."

"La opinión de millares de radioyentes no pesa, no tiene gravitación alguna sobre las estaciones (...) De modo que los ingresos de las Estaciones, cuyo fundamento es el auditorio multiplicado por número de radioyentes, quedan al margen de éstos, con despreocupación por parte de las empresas. Y hay que reconocer que el Radio tiene, como tal, derechos incuestionables, pero nadie dudará de que por sí solas no bastan para dar autoridad al que llamaremos 'hecho' radiofónico. Sin el auditorio, la estación nada significa.

"Y resulta peregrino que en México nadie haya tratado de fundar la Asociación Nacional de Radioyentes para defender derechos que nadie puede negarles. Los auditores están obligados a velar, en combinación con las Emisoras, por la elaboración de las normas radiofónicas por la proximidad del Gobierno para que haya atenciones distribuidas con toda equidad entre -- unos y otros elementos y, en suma, para orientar, porque muchos millares de radioyentes lo merecen y pueden exigirlo, -- cuanto tiene relación entre los gobernantes, los directores - de las Estaciones y la multitud que soporta ante los aparatos de radio cuanto con acierto o con desacierto, 'lanzan' los directores y sus colaboradores."¹³⁷

De esta forma, fortalecido tanto política como económicamente los radiodifusores dejarían, a partir de 1940, de centrar sus esfuerzos hacia el logro de objetivos gremialistas y pasarían a intentar utilizar la radio como un eficaz medio de difusión de sus - concepciones políticas e ideológicas o, más exactamente, del pro--

yecto político-ideológico de la fracción de la gran burguesía a la que el grupo dirigente de los radiodifusores había empezado a vincularse.

En efecto, durante este periodo el grupo dirigente de los radiodifusores, encabezado por Emilio Azcárraga había establecido -- una estrecha relación con un grupo de grandes empresarios, localizados especialmente en el área metropolitana del Distrito Federal, que habían apoyado la candidatura de Manuel Avila Camacho y confiaban profundamente en que la política de impulso a la industrialización basada en la "unidad nacional" preconizada por éste, les proporcionaría grandes beneficios. Incluso, para apoyar la candidatura del general poblano, Azcárraga destacó, para participar en la campaña electoral, a Alonso Sordo Noriega, uno de los locutores -- más populares de la XEW.¹³⁸

Así pues, en los años cuarenta, cuando la burguesía establecía por fin no sólo su dirección política y económica, sino también su liderazgo cultural e ideológico; cuando la moderna ideología burguesa era el centro de gran parte de la actividad literaria, periodística, e incluso artística, la radio jugaría un papel fundamental.

NOTAS

1. Véase Víctor E. Bravo Ahuja Ruiz y Marco Antonio Michel, "Alianza de clases y dominación: México 1930-1946", en Historia y Sociedad No. 9, 1976, p. 33.
2. Ibid., p. 34. La coincidencia de intereses entre estas clases en ese momento consistía en que la pequeña y mediana burguesía dependían para su supervivencia y desarrollo "de la neutralización o eliminación de la incidencia del capital extranjero en la industria y la ampliación del mercado interno", el proletariado industrial tenía la necesidad "de lograr una mayor participación económica" y de superar las condiciones de sobreexplotación a que estaba sometido. En este sentido las necesidades de mejoramiento de su nivel de vida por parte del proletariado no se contraponían a las de la burguesía en cuanto a la ampliación del mercado interno. Por su parte, el campesinado requería de participar en una alianza de clases que le permitiera enfrentar las causas fundamentales de su miseria: el latifundio y las grandes explotaciones agrícolas.
3. Octavio Ianni, El Estado capitalista en la época de Cárdenas, p. 72.
4. Arnaldo Córdova, La política de masas del cardenismo, p. 178.
5. PRM, ¡Cárdenas habla!, 1940, citado por Arnaldo Córdova en Op. Cit., p. 181.
6. "...la política económica de Cárdenas al mismo tiempo que promovía los elementos fundamentales para el desarrollo industrial, se encaminaba al mejoramiento de las condiciones de la clase obrera. Y es que este último objetivo no era incompatible con el propósito industrializador, toda vez que la producción de manufacturas requiere la ampliación del mercado interno." Bravo Ahuja y Michel, Op. Cit., p. 36.
7. Cárdenas en efecto se oponía terminantemente a la unión orgáni-

- ca de los movimientos campesino y obrero. Al respecto véase, -- Anatoli Shulgovski, Op. Cit., pp. 264-270.
8. Sergio de la Peña, "El surgimiento del capitalismo monopolista de Estado en México", en Historia y Sociedad No. 17, 1978, p. 19.
 9. Octavio Ianni, Op. Cit., p. 25.
 10. Cárdenas citado por Ianni, Op. Cit., p. 95.
 11. Véase Tzvi Medin, Ideología y Praxis Política de Lázaro Cárdenas, pp. 121-122.
 12. Ver Shulgovsky, pp. 167-192.
 13. Ibid., p. 168.
 14. Mientras que de 1915 a noviembre de 1934 se distribuyeron 7,152,842 hectáreas de tierra a 793, 442 campesinos, en el periodo presidencial de Cárdenas se distribuyeron 18,352,273 hectáreas a un millón de campesinos. El ritmo de distribución era tan acelerado que sólo de septiembre de 1936 a agosto de 1937 se distribuyeron 5,186,937 hectáreas de tierra a 275,879 comuneros. Ibid., pp. -- 229-230.
 15. El dinero circulante subió de 703 millones de pesos en 1936 a 1004.8 millones en 1940. Ibid., p. 183.
 16. Véase Ibid., pp. 181-188. El tipo de cambio con respecto al dólar fue durante la mayor parte del sexenio de \$3.60, pero en -- 1938 bajó a \$5.00 y en 1939 a \$6.00 por cada dólar.
 17. Véase Bravo Ahuja y Michel, Op. Cit.
 18. Y de ello había conciencia incluso en los Estados Unidos. Véase la siguiente opinión del periodista Upton Close del periódico -- "The Evening Star" de Washington aparecida el 13 de septiembre de 1938: "Lo que ha sucedido en México no es una revolución comunista. Solamente los extremistas de ambos lados hacen circular esas informaciones (...) no es ni siquiera una revolución -- socialista, si bien las declaraciones del Partido Nacional Revolucionario establecieron ese ideal en 1934. Lo que ha aconteci-

do es un movimiento comprensivo ultranacionalista de 'México para los mexicanos' que ha engolfado los vagos ideales marxistas aunque la fraseología está todavía en uso de una manera que deja muy atrás a los socialistas europeos y americanos. 'Tierras mexicanas para campesinos mexicanos. Recursos naturales y mercados para capitalistas mexicanos, salarios elevados y protección paternal para los trabajadores mexicanos, la idea del trabajador de participar en la abundancia de México.' Esto constituye en pocas palabras el programa." Véase AGN, Ramo Presidentes --- (Cárdenas), Exp. 432.2/253-8. Todos los expedientes del AGN que se citan en este capítulo corresponden al acervo Cárdenas del Ramo Presidentes de ese archivo.

19. Tzvi Medin, Op. Cit., p. 122.
20. Un ejemplo fue el conflicto suscitado a raíz de una huelga en la Vidriera de Monterrey, entre Cárdenas y los empresarios regiomontanos. Al respecto, véase Arnaldo Córdova, Op. Cit., pp. 86-89, donde se incluyen los famosos 14 puntos, que constituyeron la respuesta política del presidente.
21. Véase Shulgovski, Op. Cit., p. 191.
22. Una detallada descripción y un análisis riguroso de la forma en que las diferentes fuerzas sociales intervinieron en esta coyuntura, de sus programas y tácticas de lucha se encuentran en --- Ariel José Contreras, México 1940: industrialización y crisis política, México, Ed. Siglo XXI, 1977.
23. Véase Bravo Ahuja y Michel, Op. Cit., p. 41.
24. Véase Shulgovski, Op. Cit., pp. 296-306. También Valentín Campa, Mi Testimonio (Memorias de un comunista mexicano), pp. 130-136.
25. Ibid., p. 132.
26. Véase Ariel José Contreras, Op. Cit., pp. 59-60.
27. Arnoldo Martínez Verdugo, PCM, Trayectoria y Perspectivas, p. 34.
28. Una vez que el futuro presidente, Manuel Avila Camacho, planteó las líneas generales de lo que sería su gobierno, diversos sectores de la burguesía empezaron a manifestar su confianza en --

"el futuro del país". Por ejemplo: "El nuevo periodo que comenzará el día primero de diciembre próximo, va a iniciarse en medio de un optimismo general, por la creencia y hasta la seguridad anticipada, de que el nuevo gobierno resolverá satisfactoriamente los problemas económicos que han surgido, ya por actos oficiales, ya por actos fuera del alcance de la autoridad que nos rige..."

"El optimismo acerca del futuro en México, que con vacilaciones y titubeos se inició hace varios meses ha arreciado. Continúa manifestándose en la misma forma: importación de capitales extranjeros, repatriación de los mexicanos que se fugaron de su país por temor a gobiernos y procedimientos revolucionarios; aumento de los depósitos a la vista en las instituciones de crédito; alza de precios en terrenos y casas y finalmente, elevación de precios en la Bolsa local..." Examen de la Situación Económica de México, Revista Mensual del Banco Nacional de México, S.A. Números octubre y noviembre de 1940, reproducido en Examen de la Situación Económica de México, 1925-1976, Fomento Cultural Banamex, 1978, pp. 214-215.

- Véase Bravo Ahuja y Michel, Op. Cit., pp. 48-49.
30. Guillermo Morales Blumenkron fue sin duda uno de los radiodifusores privados más destacados. Pero a esta característica añadió la de desarrollar una intensa militancia en el partido del gobierno (desde los tiempos del PNR), misma que lo llevó a ocupar diversos cargos públicos desde los cuales se encargó de promover los intereses de la industria de la radiodifusión. Nacido en Puebla en 1908, ingresó a la actividad radiofónica en 1927 en la estación XEGR de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Durante la campaña electoral de Lázaro Cárdenas, Morales Blumenkron tuvo a su cargo la coordinación de las transmisiones radiofónicas en que dicha campaña se apoyó. Posteriormente fue director de la estación XEDP del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad y de Radio Gobernación. Desde 1937 trabajó como anunciador y publicista de XEW. Fue propietario de las estaciones XEQK, XEMX y XEDA y de una agencia de publicidad. Asimismo, ocupó la presidencia de la CIR y fue, además, senador de la República y gobernador del estado de Puebla.

31. AGN, Exps. 711/490 y 512.3/2. Según Morales Blumenkron existían en México 600,000 aparatos receptores de radio en el país.
32. Ibid., Exp. 711/490.
33. Respecto a la utilidad de la radio el presidente opinaba: "Nuestro pueblo es profundamente auditivo y la radio puede ser factor de inestimable eficacia para la integración de una mentalidad nacional". Cárdenas, citado por Fátima Fernández Christlieb, en "El Derecho a la Información y los Medios de Difusión Masiva" en México Hoy, p. 336.
34. Durante el gobierno de Cárdenas, en especial en los primeros 4 años, fueron muy frecuentes las solicitudes para obtener aparatos de radio enviadas a la presidencia de la República por ejidatarios y maestros rurales. Asimismo, se recibían diversos proyectos de ciudadanos interesados en el problema acerca de cómo podría utilizarse la radio para llevar información y educación al campo. Por ejemplo, el señor I.E. Rodríguez consideraba que la existencia de un radio en cada ejido debía formar parte del Plan Sexenal puesto en práctica por el gobierno. Ello era necesario porque: "el Radio en un ejido es mejor que la prensa, --- puesto que para el radio basta no ser sordo, y en cambio para la prensa hay que saber leer, lo que demuestra que el radio, para la gente que piensa, no es ni debe considerarse como mueble de lujo, sino como una ciencia que viene a darnos facilidades en la vida, y que debemos aprovechar sus servicios por los medios de que dispongamos." AGN, Exp. 512.3/1.
35. Lázaro Cárdenas, Texto dirigido al Congreso de la Unión: Declaración de Motivos y Decreto por el cual se crea el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad. AGN, Exp. 545.2/33, 25 de diciembre de 1936.
36. Según Tzvi Medin: "El reparto de tierras en La Laguna fue sin lugar a dudas el paso más importante y espectacular de la reforma agraria realizada por Cárdenas." Durante 1935 y 1936, los trabajadores agrícolas de esa región, dirigidos por el PCM habían realizado varias huelgas hasta que en agosto de 1936 se declaró una huelga general que culminó con la promulgación de un

decreto de fecha 6 de octubre de 1936 mediante el cual se expropiaron cerca de 500,000 hectáreas en las que se crearon ejidos colectivos en los cuales para noviembre de 1936 trabajaban ya - 29,823 personas. Véase Tzvi Medin, Op. Cit., pp. 169-170 y Shulgovski, Op. Cit., pp. 246-251.

37. Lázaro Cárdenas, Declaración de Motivos y Decreto por el cual se crea el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad. AGN, Exp. 545.2/33.
38. AGN, Exp. 545.2/33 (subrayado mío). Al enterarse de la creación del DAPP Carlos Soto Guevara dirigió de inmediato una felicitación al presidente, pues "habiéndome permitido sugerir a usted esta idea, es lógico y natural mi regocijo."
39. Lázaro Cárdenas. Declaración de Motivos y Decreto por el cual se crea el DAPP. Ibid. (Subrayado mío).
40. Dictamen de la SHCP acerca de la creación del Departamento Autónomo de Publicidad. Ibid. En el dictamen se hace una descripción detallada de los recursos con que contaba cada Secretaría para realizar su propaganda, tanto en equipo como en partidas asignadas en el presupuesto de la federación.
41. Ibid.
42. Ibid.
43. Decreto por el cual se crea el DAPP. Ibid.
44. Se producía así la siguiente situación: "...el Estado se reserva el derecho de señalar los términos en que debe ser publicada la información oficial al boletinar las notas diarias generadas en cada Secretaría o Departamento de Estado. Dejando a los editores la oportunidad de comentar los hechos oficiales, únicamente a partir de la información boletinada." Fátima Fernández --- Christlieb, "Prensa y Poder en México", en Estudios Políticos, No. 2, Julio-Septiembre de 1975, p. 32.
45. Este reglamento fue publicado el 30 de diciembre de 1936 en el Diario Oficial de la Federación y entró en vigor el 1° de enero de 1937. Además de esta disposición, el reglamento establecía, en su artículo 80, que las estaciones radiodifusoras del país -

tenían la obligación de proporcionar 10 minutos diarios a la Secretaría de Salubridad y Asistencia para difundir "boletines de propaganda higiénica" y 30 minutos diarios al Gobierno Federal para la transmisión de noticias de "trascendencia para la nación."

46. Precisamente la justificación que Cárdenas dió a la creación de la PIPSA giraba en torno al logro de este objetivo: "Con toda justificación, las empresas editoras de periódicos han venido solicitando que el Gobierno Federal intervenga para corregir los inconvenientes de la situación actual, que deja por completo en manos del monopolio productor de papel la fijación del precio de ese artículo, en términos de que para elevarlo, no se atiende a otras consideraciones que las dictadas por el espíritu de lucro de los productores. No es posible permitir que subsista semejante estado de cosas, ya que con él en nada se favorecen los intereses nacionales, sino antes bien se detiene el adelanto de nuestra cultura. El Gobierno Federal, en tales condiciones, está obligado a buscar la forma de poner coto a los excesos del monopolio industrial.

"Con este propósito deberá formarse una institución capacitada para llevar a cabo las operaciones comerciales de importación y compraventa que se requieren para impedir los abusos del monopolio existente, sin más propósito que el de fomentar mediante el abaratamiento del papel, los diversos aspectos de la obra cultural que con la imprenta cabe realizar."

Sobre esta base se expidió el Acuerdo presidencial que daba origen a la PIPSA: "Procédase a la formación de una sociedad que deberá denominarse 'Productora e Importadora de Papel, S.A.', la cual operará bajo la inmediata dirección de la Secretaría de Economía Nacional, buscando el abaratamiento máximo del papel." Lázaro Cárdenas, Acuerdo del 10 de septiembre de 1935 por el cual se crea la PIPSA, reproducido en Luis Castaño, Régimen Legal de la Prensa en México, Ed. Porrúa, 1962, pp. 325-327, citado por Fátima Fernández Christlieb, Op. Cit., pp. 34-35.

47. Véase, Hugh G. Campell, La Derecha Radical en México 1929-1949, México, SepSetentas, 1976.

48. Lázaro Cárdenas, Declaración de Motivos y Decreto por el cual - se crea el DAPP, AGN, Exp. 545.2/33.
49. Aunque la propaganda contra el gobierno de México, originada es pecialmente en Estados Unidos, tenía, por lo general, el objeti vo de hacerlo aparecer como un "régimen comunista", no faltaron afirmaciones propagandísticas en sentido opuesto: acusarlo de - fascista y "pronazi". Un ejemplo de esto es el artículo ";Hi--- tler Gobierna México;", publicado en el diario New York Enquirer el 14 de agosto de 1938. En este artículo se afirmaba que en la Sierra Madre Occidental, en Chiapas, había un centro de propagan da nazi y que el DAPP colaboraba con él; por lo tanto el de Mé- xico no era un "gobierno rojo", ni liberal, sino "pro nazi": -- "Hasta hoy, los individuos y los grupos que desconfiaban del ré- gimen de Cárdenas en México se habían acostumbrado a referirse a él como un gobierno rojo y los grupos afines a él o habían -- descrito como una 'democracia liberal'. Ambos han sido engaña-- dos. En vista de los intensos esfuerzos que los nazis y sus ami- gos del Departamento Mexicano de Prensa y Propaganda han estado haciendo para perpetuar el engaño -hasta el punto de atraerse grupos liberales y sindicatos obreros mal informados en esa na- ción con el fin de lograr apoyo material- difícilmente pueden a uno reprocharle que haya dejado de ver la verdad por entre todo eso." AGN, Exp. 432.2/253-8.
50. Cfr. DAPP, Memoria de Labores 1937-1938, México, Ed. DAPP. Ade- más, según esta publicación: "se hicieron 'spots' en inglés que fueron enviados a nuestra Embajada en Washington, la cual se en carga de entregarlos a la National Broadcasting Corporation, la que no cobra un solo centavo por radiar las informaciones que - se le mandan. También se redactan en inglés, en forma extracta- da, para las páginas que en este idioma se publican en la capi- tal, las noticias principales, que aparecen publicadas diaria-- mente en una sección especial." Ibid., p. 44. Asimismo, el DAPP proveía de información a agencias como la Agencia de noticias - "ANTA", la Agencia Alemana de Noticias, United Press, Associated Press, International News Service, Transradio y periódicos como The New York Times, The New York Herald Tribune, Daily Mail, --

News Chronicle. Por último, en las conferencias mencionadas participaron personalidades como Ramón Betera Subsecretario de Relaciones Exteriores, Luis Chávez Orozco, Subsecretario de Educación Pública, Julio Jiménez Rueda, José Goroztiza, Ermilo Abreu Gómez, Martín Luis Guzmán, Alfonso Reyes, etc.

51. La expresión es del connotado periodista Manuel Buendía.
52. Aunque la siguiente afirmación no significa una identificación del gobierno cardenista con el régimen fascista de Alemania en los años treinta, sí existen en él rasgos corporativistas que ya han sido bastante discutidos en México. En el caso del DAPP, se percibe cierta semejanza, en su estructura y en sus objetivos, con el "Ministerio del Reich Para Esclarecimiento Popular y Propaganda". En el Archivo General de la Nación se haya, en los expedientes relativos al DAPP, un documento con la estructura del citado ministerio alemán. En él se observan semejanzas con el DAPP por ejemplo en lo siguiente: "La esfera de acción de este Ministerio es la de todos los asuntos referidos al esclarecimiento y a la propaganda entre la población respecto a la política del Gobierno del Reich y a la reconstrucción nacional de Alemania, en especial todos los tópicos referentes a ejercer influencia espiritual sobre la nación, a la propaganda en pro del Estado, de la Cultura y la Economía, así como de información al público nacional y extranjero, Administra todas las instituciones creadas para tal objeto." El ministerio, al igual que el DAPP, daba una enorme importancia a la propaganda dirigida hacia el extranjero. La "sección VII" del ministerio se ocupaba de la "refutación de la mentira política en el extranjero (y al) fomento de las relaciones con el exterior." Aun cuando se trata de dos realidades políticas distintas la toma de ciertos elementos del "Ministerio del Reich..." por el DAPP, es evidente. Véase AGN, Exp. 545.2/33.
53. Lázaro Cárdenas, Declaración de Motivos y Decreto por el cual se crea el DAPP, Ibid.
54. Por ejemplo, el periódico St. Louis Post Dispatch afirmaba, en un artículo del 31 de octubre de 1938, que combatir la propagan

da desfavorable al gobierno era "la modesta tarea que el Gobierno Mexicano se había encomendado a sí mismo, pero su Departamento de Prensa y Publicidad, recientemente establecido, está tan desorganizado e ineficiente que (...) la llamada propaganda que el DAPP desarrolla es de poquísimos valor." AGN, Exp. 432.2/253.8.

55. DAPP, "Memoria de Labores 1937-1938", Ed. Cit.
56. Ibidem.
57. Arturo Melgar, "El Desarrollo de la Radio en México", Radiolancia, No. 458, 20 de marzo de 1954, p. 10.
58. La nueva redacción de artículo decía así: "La educación que imparta el Estado será socialista y, además de excluir toda doctrina religiosa, combatirá el fanatismo y los prejuicios para lo cual la escuela organizará sus enseñanzas y actividades en forma que permita crear en la juventud un concepto racional y exacto del universo y la vida social." Shulgovski, Op. Cit., p. 149.
59. Ibid., p. 148.
60. Ibidem.
61. Ibid., p. 161.
62. "Programa General de Actividades de la Estación XEFX de la Secretaría de Educación Pública", AGN, Exp. 533.31/5.
63. El tipo de programación de las estaciones del DAPP puede sintetizarse en los siguientes 'spots' que eran transmitidos constantemente: "Usted no puede vivir desconectado de los problemas -- que afectan la vida nacional. Escuche usted, por medio de las -- estaciones radiodifusoras del DAPP, conciertos y conferencias, son radiados diariamente." "A más de sugerencias de doctrina nacional, encontrará usted buena música en las transmisiones del DAPP." "Programación de las estaciones XEDP y XEXA." AGN, Exp. 704.2/4.
64. Circular dirigida por el presidente Cárdenas a los Secretarios de Estado y Jefes de Departamento el 17 de junio de 1937, AGN, Exp. 704.2/4.

65. Ibidem.
66. Ibidem.
67. La estación definía estos programas como "conferencias que (...) patrocina el Departamento Federal del Trabajo por medio de los micrófonos de XEDP (y) constituyen, por decirlo así, un curso -- completo de enseñanzas para la formación de sindicatos, federaciones, confederaciones obreras..." (subrayado mío: FMB). Nótese la inclinación del gobierno a dirigir el movimiento obrero -- implícita en la idea de "enseñar" a los trabajadores a formar -- sus organizaciones. "Programación de las estaciones XEDP y XEXA". AGN, Exp. 704.2/4.
68. Ibidem.
69. Ibidem. (Subrayado mío).
70. Ibidem.
71. Valentín Campa, Op. Cit., p. 156.
72. Pablo Gómez A. Democracia y Crisis Política en México, p. 28.
73. En relación a la programación de la radio comercial durante esa época el conocido locutor y "creador de 'spots' comerciales", -- Humberto G. Tamayo comentaba: "Me gusta el radio cuando estoy -- en él; lejos de mi trabajo me aburre extraordinariamente." Entrevista con H.G. Tamayo en "El Nacional", 6 de junio de 1939, p. 7.
74. Manuel Barajas, Bosquejo Histórico de la Radiodifusión en México, pp. 12-13.
75. Ibid., p. 24.
76. Ibid., p. 25.
77. AGN, Exp. 512.3/1.
78. Ibidem.
79. AGN, Exp. 432/719. La demanda de los músicos de Villa Acuña fue apoyada por 8 sindicatos y asociaciones de músicos en el país. Además, el Sindicato de Ferrocarriles pidió al gobierno que se

prohibiera la importación de "Electrolas yanquis que desplazan de sus trabajos a músicos mexicanos" o por lo menos que no "prohibiera el uso de estos aparatos en centros públicos." Ibidem.

80. AGN, Exps. 564.1/164 y 564.1/675.

81. AGN, Exp. 512.3/1.

82. Ibid. Sin embargo, aunque en 1940 el propietario de la XENT, Baker, se hallaba preso en la cárcel de Little Rock en Arkansas, E.U., acusado de haber utilizado ilegalmente el correo y de estafa (por lo cual se le había condenado a 4 años de presidio y a pagar una multa de 4 mil dólares, además de que se había clausurado su "hospital" en Eureka Springs), y Brinkley, de la XERA, tenía un juicio pendiente por delitos similares, estaciones de este tipo siguieron funcionando por varios años en México. La XERA, con potencia de 150 mil watts ampliables hasta 500 mil y propiedad formalmente de la Compañía Mexicana Radiodifusora --- Fronteriza fue clausurada, durante la Segunda Guerra Mundial, a petición del gobierno de Estados Unidos, pues éste temía que la estación sirviera de "vehículo de espionaje enemigo." La SCOP, entonces clausuró la estación e incautó las instalaciones. Posteriormente, fue vendida por el gobierno, en 1946, al exlocutor de la XEW, Alonso Sordo Noriega, entonces gerente de la Cadena Radio Continental, quien la adquirió con la ayuda del propietario de esta cadena, el industrial hispano mexicano Manuel Suárez. La estación, entonces fue trasladada a la Ciudad de México mediante una concesión otorgada a Sordo Noriega quien la puso a trabajar, a partir de 1947, con el indicativo XEX, con una potencia de 250 mil watts ampliables a 500 mil. Con ello, el Estado cedió el control de la estación más potente del país a la "iniciativa privada" que, con ello, mantuvo en su poder las únicas estaciones de la época con potencia suficiente para utilizar tres de los canales libres internacionales que podía utilizar México según las conferencias internacionales: XEW, XER y XEX. Posteriormente, a la muerte de Sordo Noriega, la XEX fue adquirida por Rómulo O'Farril, propietario desde 1948, del periódico Novedades y concesionario, en 1949, del primer canal de

televisión, quien en 1952 decidió incorporar a la estación a la Cadena Azul, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, con lo cual esta importante emisora pasó a formar parte del monopolio radiofónico encabezado por éste.

83. Carta del general Francisco J. Mújica al presidente Lázaro Cárdenas, 18 de noviembre de 1936. AGN, Exp. 512.3/1.
84. Francisco Mújica, "La Radiodifusión y el Estado". Ibid.
85. Ibidem.
86. Ibidem.
87. Ibidem.
88. Ibidem.
89. Ibidem. Sin duda Mújica tenía razón en este punto. Los datos que se muestran en los capítulos II y X de este trabajo acerca de la forma en que los radiodifusores han actuado políticamente para decidir en su favor el problema de las tarifas muestran la validez de sus palabras.
90. Ibidem.
91. Ibidem.
92. Ibidem.
93. Ibid.
94. Ibid. (Subrayados míos).
95. En efecto, durante el mes de septiembre, justamente en vísperas de que se enviara a la Cámara de Diputados el proyecto de Ley de Vías Generales de Comunicación, el doctor Luis de la Rosa, presidente de la recién fundada Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, solicitó 3 audiencias al presidente Cárdenas a fin de tratar "asuntos de sumo interés" para esa Asociación. AGN, Exp. 512.3/1.
96. Proyecto de Ley de Vías Generales de Comunicación presentado al Congreso de la Unión, AGN, Exp. 545.2/65.
97. Ibid. Artículo 402 (subrayado mío).

98. Ibid. Exposición de motivos.
99. Ibid. (Subrayado mío). Exposición de motivos. El texto del artículo mencionado es prácticamente igual.
100. Ibid. Exposición de motivos. (Subrayado mío).
101. Véase el capítulo III de este trabajo.
102. Diputado Luis Lombardo Toledano presidente de la Comisión de -- Vías Generales de Comunicación de la Cámara de Diputados. Proyecto de LVGC, presentado por esa comisión (exposición de motivos) AGN, Exp. 545.2/65.
103. Ib d.
104. Ibid.
105. Ibid.
106. Ibid.
107. Ibid.
108. Ibid.
109. Diario de los Debates de la Cámara de Diputados, 24 de noviembre de 1939.
110. Boletín Radiofónico No. 29, 19 de septiembre de 1967, pp. 11-12.
111. En esos años, los proyectos de instalar la televisión en México eran frecuentes. Por ejemplo, según el señor Roberto Ramírez S., afirma en Execlisior del 18 de marzo de 1967 que las estaciones XEFO y XEVZ del INR llegaron a poseer en 1935 equipo de televisión, pero por "errores burocráticos" el invento nunca llegó a funcionar en el país y el equipo fue, arrumbado en las bodegas de la estación. Asimismo, el señor Ildefonso E. Rodríguez propuso al general Cárdenas la instalación de un aparato de Radio-Televisión en cada municipio del país pues "tenía conocimiento -- que ese invento estaba ya al alcance de la pequeña industria comercial". Según Rodríguez no había otro medio "mejor y más práctico" para difundir la cultura nacional. (AGN/Exp. 512.3/1). -- Por su parte, el técnico de la XEW, Nicolás De la Rosa, afirmaba que el proyecto de su empresa de instalar la televisión en México se veía obstaculizado por razones técnicas y económicas

siendo estas últimas las más difíciles de vencer: "En la Radio -afirmaba el técnico- un equipo de estudio vale 80,000 pesos, - aunque el aparato receptor sólo cueste 3,000 pesos. Mientras -- que un receptor de televisión representa un gasto de 1,800,000 pesos y el equipo de estudio \$600,000. Es evidente que a tal -- precio no encontraríamos a muchos oyentes." El Nacional, "Columna Radio", 15 de agosto de 1939, p. 7.

112. Esta reducción en los impuestos cobrados a los radiodifusores - se hizo mediante una reforma al artículo 3° transitorio de la - Ley de Ingresos para el año fiscal de 1935. Véase, Villela Mier, "La Radiodifusión Comercial Ante la Administración Pública", p. 13.
113. Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), Anuario 1971, p. 7.
114. Ibidem.
115. Raúl Cremoux, ¿Televisión o Prisión Electrónica?, p. 12.
116. CIRT, Anuario 1971, p. 7.
117. CIRT, Monografía (Material Mecanografiado), hoja 10.
118. "Los 29 años de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión", Boletín Radiofónico, No. 877, noviembre de 1970, pp. - 7-25.
119. Entrevista con el doctor Luis de la Rosa, El Nacional, "Sección Radio", 16 de mayo de 1939, p. 7.
120. Ibidem.
121. AGN, Exp. 512.3/1.
122. Ibidem. Incluso el Sindicato de Trabajadores de XEW, dirigido - por el locutor Pedro de Lelle, solicitó esta ratificación, pues "la W" era víctima de las estaciones extranjeras a causa de que no existía "arreglo alguno con otros países que garantice a estaciones mexicanas puedan ser escuchadas con toda claridad en territorio de la República." Por su parte el propietario de la XEW, Emilio Azcárraga Vidaurreta, envió, en noviembre de 1939, un telegrama al presidente Cárdenas en el que aseguraba que la

interferencia que sufría su estación se debía a "no estar en vigor los tratados internacionales firmados en La Habana, por delegación gobierno mexicano en noviembre 1937 y que no han sido ratificados por el senado república. De continuar esta interferencia hará inefectivo anuncio comercial, disminuyendo contratos venta pudiendo llegar acabar con este centro de trabajo del cual viven 800 familias." Ibid. (Subrayado mío).

123. Sin embargo, las peticiones para ratificar los tratados de La Habana no fueron hechas sólo por los radiodifusores mexicanos. Incluso el Departamento de Estado de los Estados Unidos expresó "en forma amistosa" al embajador mexicano en aquel país, señor Castillo Nájera, su deseo de que para el 15 de enero de 1940, - fecha en que se iniciaría la Conferencia Panamericana de Radio en Santiago de Chile, los tratados de La Habana ya hubieran sido ratificados por México.
124. Ley de Vías Generales de Comunicación de 1932, artículo 478, citado por José Luis Fernández en "La Nueva Legislación Sobre Radiodifusión" en Revista El Foro, Nos. 28-29, enero-junio de --- 1960, p. 120. Sin embargo, a cambio de las conquistas que los radiodifusores lograron en la LVGC de 1939, se incluyeron en ésta dos disposiciones -cuyo significado no fue previsto entonces por los radiodifusores- que traerían grandes problemas a los -- concesionarios una vez que la industria radiofónica empezó a expanderse. Ellas son la definición de la radiodifusión como servicio público y la noción de reversión que de este hecho se desprende. Esto lo veremos con detenimiento en los capítulos VII y X de este trabajo.
125. Ibidem.
126. En el capítulo VII de este trabajo, se verá la forma en que estas disposiciones beneficiaron a la industria de la radiodifusión.
127. Diario de los Debates de la Cámara de Diputados, 30 de noviembre de 1939, pp. 20-21.
128. Ibidem.

129. Ibidem.
130. Ibidem.
131. Proyecto de Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, Diario de los Debates de la Cámara de Diputados, 19 de diciembre de 1939, p. 26.
132. Ibidem.
133. Ibidem.
134. El Nacional, 8 de agosto de 1939, Columna Radio, p. 7.
135. El Nacional, 6 de junio de 1939, página "Radio" columna "Alta - Voz", p. 7. (Subrayado mío).
136. Agustín Yáñez, "El Radio: Fuerza y Peligro", en El Nacional, 5 de agosto de 1939, p. 5.
137. El Nacional, "Columna Radio", 25 de octubre de 1939, p. 4 (2a. sección).
138. El Nacional, 13 de junio de 1939. Columna Radio, p. 7.

T E R C E R A P A R T E

(1940 - 1970: período de consolidación y expansión acelerada de la industria de la radiodifusión y de inserción de los concesionarios en las posiciones de mayor influencia política en el país).

CAPITULO VI

EL NUEVO BLOQUE DOMINANTE Y LOS RADIODIFUSORES

Para los industriales de la radiodifusión, al igual que para la burguesía en general, la nueva situación económica y política en que se desarrollaba el país a principios de los años cuarenta representaba un evidente triunfo político. El cambio de rumbo -- anunciado -y puesto en práctica casi de inmediato- por el gobier no avilacamachista les hacía concebir grandes esperanzas para el futuro de sus negocios radiofónicos. Y este pensamiento, por cierto, no estaba nada lejano de la realidad. Como veremos en el siguiente capítulo, la política avilacamachista favoreció ampliamente a los radiodifusores, sobre todo en lo relativo a facilidades para la importación de equipos y en la creación de un régimen jurídico que protegió el desarrollo de la industria de la radiodifusión y favoreció, aún más, el proceso de acumulación de capital en ella.

Todo ello, por supuesto, es gratamente recordado por los radiodifusores, quienes, aun en años recientes, han mostrado su reconocimiento al gobierno de Avila Camacho:

"...durante el gobierno del C. Presidente General de División don Manuel Avila Camacho, se lograron varios avances en diversas empresas de comunicaciones y entre ellas la de nuestra industria de la radiodifusión. Entonces fue posible que se nos dieran facilidades basadas en nuevas reglamentaciones que por aquel entonces se antojaban un poco difíciles por --

falta de conocimientos, en cierta forma, de esta materia..."¹

Sin embargo, tales facilidades a la industria radiofónica no se debieron sólo a la política económica desarrollada por el gobierno avilacamachista y que benefició a la burguesía en general. Además de este hecho, existió otro factor importantísimo que permitió a la radiodifusión iniciar en los años cuarenta una expansión extraordinaria. Tal factor fue la estrechísima relación que los radiodifusores, y en especial su grupo dirigente, lograron establecer con la burocracia gobernante; vinculación que se hizo posible debido a la inserción de los principales industriales de la radiodifusión en aquella fracción política² de la gran burguesía que, a partir de esa década, ha mantenido un contacto más estrecho con el Estado.

En efecto, a partir de los años cuarenta empezó a conformarse en la sociedad mexicana un nuevo bloque dominante³ el cual persiste hasta nuestros días y se integra así:⁴

a) Una fracción de la gran burguesía cuyo asiento geográfico se localiza fundamentalmente en el norte del país -especialmente en Monterrey- aunque con ramificaciones importantes en Sinaloa, Jalisco y Puebla. Se trata de una vieja burguesía ya existente desde el gobierno de Porfirio Díaz -a cuyo amparo se gestó- y que debido a su origen en un Estado oligárquico y al hecho de haber sido afectada por la Revolución de 1910-1917, ha mantenido una posición política en gran medida distinta al proyecto impulsado por la burocracia que gobierna el país desde el triunfo revolucionario. Para esta fracción política de la gran burguesía, formada ideológicamente en el más viejo liberalismo, el papel del --

Estado en la sociedad debe ser el de limitarse a la construcción de las obras de infraestructura que faciliten la acumulación de capital y a la elaboración y sostenimiento de un marco jurídico y político que ayude a cumplir este ^{fin} De ahí que una política de -- amplia participación del Estado en la actividad económica y en la vida política del país choque con las concepciones de esta burguesía nortea. Por ello, esta fracción ha impulsado, en diversos momentos, proyectos políticos alternativos a los del Estado. Así, en 1929, fundó la COPARMEX para oponerse a las cámaras de industria y comercio creadas a iniciativa del Estado; en 1936 desarrolló una intensa campaña política contra el presidente Cárdenas y, hacia fines de los años treinta, apoyó la candidatura de Juan -- Andrew Almazán y mantenía vínculos estrechos con el PAN.

En estas condiciones, aun sin mantener la hegemonía en el -- bloque dominante y sin formar parte del bloque gobernante⁵, esta fracción de la gran burguesía ejerce, por su poder económico, una considerable influencia sobre la política general del Estado y -- una -considerable también- capacidad de presión sobre él.

b) Una fracción burguesa, algunos de cuyos miembros existían ya como grandes burgueses desde los años del maximato especialmente, pero que en su mayoría se constituyó por empresarios que empezaron a conformarse como grandes burgueses gracias, precisamente, al especial apoyo que recibieron de los gobiernos que dirigieron al país a partir de los años cuarenta. Esta fracción, asentada -- especialmente en el Valle de México (el D.F., y parte del Estado de México), se empezó a integrar fundamentalmente por industriales y mantuvo, desde un principio, ante el Estado, una actitud políti

ca bastante diferente a la sostenida por la fracción nortea. Al contrario de ésta, ha apoyado siempre los proyectos económicos y políticos de la burocracia gobernante y, más aún, ha encontrado en ésta a la mejor representante de sus intereses al interior del Estado. Esta cercanía con la burocracia política ha permitido que los conflictos de esta fracción con los "representantes del poder público" se resuelvan casi siempre al interior del aparato estatal. Por ello ha sido precisamente esta fracción burguesa la que, en mayor medida, ha utilizado el sistema de cámaras empresariales impuesto por el Estado, para entablar negociaciones con éste, pues, a cambio de perder cierta independencia política al aceptar esta forma de organización corporativa ganó una extraordinaria eficacia en la defensa y la promoción de sus intereses al negociar "en la cúpula" con los funcionarios de mayor jerarquía. De acuerdo a esto, no resulta raro que haya sido esta fracción burguesa la que habitualmente ha dirigido organizaciones patronales como la CONCAMIN y la CONCANACO.

Con el tiempo, la vinculación de esta fracción con la burocracia política fue haciéndose tan estrecha que muchos empresarios pertenecientes a aquella pasaron a ocupar cargos en la administración pública y muchos miembros de la burocracia, aprovechando sus cargos, pasaron a formar parte de la gran burguesía asociándose en diversos negocios con miembros prominentes de esta fracción. Quizá el caso más sonado de esto último ha sido el del ex-presidente Miguel Alemán Valdés, quien al término de su gobierno se asoció con industriales como Bruno Pagliai y más tarde con Carlos Trouyet, Eloy Vallina, Rómulo O'Farril, Gabriel Alarcón y Gastón

Azcárraga.

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

A esta fracción política de la burguesía fue justamente a la que se vinculó el grupo dirigente de la industria de la radiodifusión. Las características de este grupo y la forma en que ganó la hegemonía en el gremio de los radiodifusores las veremos más adelante.

c) Una fracción formada fundamentalmente por los grandes banqueros (los dirigentes de Banamex, Bancomer) ligados a grandes capitales industriales y comerciales y localizada también en el Valle de México. Esta fracción, por dominar en gran medida el sector financiero de la economía, ocupó desde que empezó a constituirse el nuevo bloque dominante en el país un lugar preponderante, ya que al controlar grandes volúmenes de recursos financieros y al depender de ella gran parte de los créditos otorgados a las empresas industriales y comerciales, su intervención en la reproducción del capital social es determinante. De esta forma, aun sin estar ligada orgánicamente a la burocracia política, esta fracción pudo integrarse al bloque gobernante debido al lugar estratégico que ocupa en la estructura económica y, por supuesto, a

su enorme poder económico.

Esta fracción ha mantenido con la burocracia política una relación mucho más independiente que la mantenida con ésta por la fracción mencionada en el inciso anterior. Sin embargo, nunca ha llegado al extremo de elaborar proyectos alternativos a los implementados por el Estado. En realidad, ha utilizado siempre los canales institucionales para negociar con la burocracia gobernante, la cual, en vista de la importancia económica de estos representantes del capital financiero, ha tenido mucho cuidado de promover sus intereses inmediatos en todos sus programas y proyectos económicos.

Todas estas fracciones políticas de la gran burguesía, especialmente las dos últimas, mantienen fuertes vínculos con el capital imperialista, principalmente de Estados Unidos. En el caso de la fracción que empezó a desarrollarse en los años cuarenta -- y a la que se vincularon los principales radiodifusores-- esta asociación con el capital estadounidense fue tan estrecha que, en buena medida el rápido crecimiento de sus empresas se debió a su asociación con "firmas extranjeras, principalmente norteamericanas, para asegurarse la provisión de tecnología y maquinaria adecuadas y eficientes plantas industriales (...); el capital y (la) tecnología extranjeros han sido piezas importantes de esta burguesía para lograr su hegemonía en las ramas industriales en las que actúa".⁶

d) El cuarto elemento del bloque dominante lo constituye la burocracia política (altos funcionarios de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, altos jefes de las fuerzas armadas, altos

dirigentes y cuadros medios del partido del gobierno, los líderes de organizaciones sindicales controladas por el Estado) a cuyo cargo está el gobierno del Estado y, en consecuencia, el control de los aparatos ██████████ de dominación tanto ideológicos como represivos. En ella predomina, desde los años cuarenta, la fracción vinculada a los intereses del capital monopólico que desplazó al grupo de "demócratas-revolucionarios" (Shulgovsky) que gobernó al país durante las reformas del segundo lustro de los años treinta.

Sobre la burocracia política, como grupo dirigente del Estado, recayó la tarea fundamental de elaborar un proyecto de desarrollo que conciliara los intereses de las diversas fracciones de la burguesía y garantizara los intereses históricos de esta clase social, pero también recayó en ella la de desarrollar un proyecto político que, a través de complejas formas de mediación, pudiera fortalecer el consenso con respecto a las decisiones del Estado, en especial entre las clases explotadas. El poder de la burocracia se apoya, por un lado, en el hecho de ser ella la encargada del control de los aparatos de dominación del Estado y, por otro, en la creciente intervención del Estado en la economía y en la capacidad legal de éste para determinar, a través de diversas disposiciones jurídicas las formas de organización y funcionamiento de la actividad económica y política del país. Esto le permite tener una efectiva dirección sobre las diversas fracciones de la burguesía y dirigir el desarrollo capitalista del país.

De este bloque dominante quedaron excluidas las clases populares, aunque desde luego, sí fueron incorporadas verticalmente a

la dominación estatal a través de su encuadramiento en organizaciones oficialistas. Por muchos años, las expresiones políticas de grandes sectores de estas clases se redujeron, debido al hecho de que sus organizaciones estuvieran a cargo de líderes reformistas o reaccionarias y a la indudable influencia de la ideología burguesa entre estas clases, al peticionismo y al gremialismo.

Por supuesto, este bloque dominante no se constituyó plenamente apenas terminado el régimen cardenista, sino que fue integrándose a partir de los años cuarenta y consolidándose en los años posteriores hasta adoptar las características con que lo conocemos hoy. Las contradicciones en su interior, las alianzas y los conflictos entre sus componentes y la expresión de esto en la radiodifusión no serán tratados en este capítulo. Aquí sólo me interesa destacar la relación del grupo dirigente de la radiodifusión con una de las fracciones políticas de la burguesía, en la medida en que esta relación explica, en gran parte, el comportamiento político de los industriales de la radiodifusión frente al Estado, las contradicciones y conflictos al interior del gremio de los concesionarios radiofónicos y fundamentalmente, las razones del peculiar éxito económico de esta industria.

El Grupo Dirigente de la Industria de la Radiodifusión.

A través del análisis la historia de la industria radiofónica en México, es posible observar la presencia de un grupo de radiodifusores que:

1) Ha diseñado las estrategias y dirigido los movimientos tácticos de los concesionarios en diversas coyunturas políticas en las que, a través de la movilización del conjunto de los radio difusores y de la negociación e incluso la presión al Estado, han conseguido importantes beneficios económicos y políticos para la industria de la radiodifusión.

2) Ha formado, organizado y dirigido las organizaciones -- "gremial-políticas" mediante las cuales los concesionarios han desarrollado sus acciones políticas: la CIR (luego CIRT) en el plano nacional y la AIR en el internacional.

El grupo a que me refiero se había desarrollado ya como un poderoso grupo radiofónico desde mediados de los años treinta y se había reunido en torno al propietario de la XEW y de la XEQ, - Emilio Azcárraga Vidaurreta. De este grupo formaban parte del doctor Luis de la Rosa y el licenciado Jose Luis Fernández, dos destacados dirigentes políticos de los radiodifusores quienes, como ya hemos visto, desarrollaron un importante trabajo durante 1939 a fin de que la LVGC fuera benéfica para los radiodifusores privados.

Desde 1940, este grupo ya había tratado de poner en práctica la idea de formar una cámara industrial autónoma, exclusiva para los radiodifusores, que permitiera a los dirigentes de este gremio (que se habían convertido también en dirigentes de la Cámara de Comunicaciones y Transportes) dedicar todo su esfuerzo a la defensa y promoción de los intereses particulares de la industria radiofónica⁷. Para tal efecto, se había convocado a una Conven- ción Nacional de Radiodifusores que tuvo lugar en ese mismo año.

Sin embargo, fue hasta 1941, una vez promulgada una nueva Ley de Cámaras de Comercio e Industria, cuando los radiodifusores pudieron formar su propia cámara industrial. Ello fue así, gracias a que la nueva ley establecía la separación de las cámaras mixtas de comercio e industria y autorizaba la creación de cámaras especializadas. Así, el 15 de diciembre de 1941, se aprobó legalmente la constitución de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR) por la Dirección General de Comercio e Industria dependiente de la Secretaría de Economía Nacional. Finalmente, el 2 de enero de 1942, se firmó la escritura constitutiva de la organización.⁸

Como primer presidente de la CIR fue elegido Emilio Azcárraga Vidaurreta y como miembros del Consejo Directivo los señores Luis de la Rosa, José Luis Fernández y el ingeniero Juan Cross -- Buchanan⁹. De esta forma, el grupo de radiodifusores reunido en torno a Azcárraga se consolidaba en la dirección de la industria de la radiodifusión.

De inmediato, la dirección de los radiodifusores procedió a unificar en torno suyo a la mayor parte de los concesionarios del país y en febrero de 1942 la CIR tenía afiliadas a la casi totalidad de las estaciones existentes en México. Al mismo tiempo, y como una tarea fundamental, la CIR buscó estrechar sus relaciones con miembros prominentes de la burocracia política. Así, en febrero de 1942, los radiodifusores nombraron "presidente honorario" de su cámara industrial al general Maximino Avila Camacho, -- hermano del presidente de la República (sobre el cual, además, -- ejercía una gran influencia) y Secretario de Comunicaciones y Obras

Públicas.

El hecho de que la dirección de la CIR recayera en manos del grupo comandado por Azcárraga no tenía, en realidad nada de extraño. Hasta esos años no había en el país otro grupo de empresarios que hubiera desarrollado la radiodifusión como gran industria. Incluso en Monterrey, donde había empresarios poderosos, la estación más importante, era propiedad de Enrique Serna Martínez, hermano de uno de los socios de Azcárraga Vidaurreta en la empresa Radio Programas de México. Y esto se debía a que los industriales de la fracción política del norte, no habían aún considerado a la radiodifusión como una actividad atractiva para invertir en ella.¹⁰ De esta forma, no fue difícil para el grupo de radiodifusores encabezado por Azcárraga obtener el liderazgo del grupo, pues dicho grupo se había convertido en el más poderoso en la actividad radiofónica del país, en tanto era el único capaz de emplear todas las formas de distribución que caracterizaban la acumulación de capital en esta actividad y que hemos visto en el Capítulo II.

Por otro lado, en 1942 y 1943, como lo veremos en el siguiente capítulo, la influencia de este grupo entre los radiodifusores y su "popularidad" entre ellos creció considerablemente. Durante esos años, en efecto, asociarse al grupo Azcárraga y pertenecer a RPM era prácticamente la única oportunidad de sobrevivencia para las pequeñas estaciones de provincia e incluso para algunas grandes y medianas. Ello era así porque, a causa de la II Guerra Mundial, la importación de refacciones para las emisoras prácticamente se había interrumpido, ya que Estados Unidos, proveedor de esas piezas en México, había suspendido la producción de las mis-

mas para atender la de otros productos necesarios para la guerra. En esos momentos, el único que podía conseguir refacciones, gracias a sus relaciones con RCA Víctor, era, justamente, Azcárraga Vidaurreta, quien, a través del RPM estableció, únicamente para las afiliadas a esta cadena, un servicio de venta de refacciones. Así, el número de estaciones afiliadas a RPM creció de manera acelerada en esos años, con lo cual la influencia o, para ser más -- preciso, el control político, de este grupo sobre un gran número de radiodifusores se consolidó.

Pero, además de estos factores, existió otro, ya esbozado al principio de este capítulo, que fue decisivo para colocar a este grupo como dirigente de los radiodifusores: su relación estrecha con la burocracia gobernante.

Como hemos visto, Azcárraga Vidaurreta pertenece al grupo de grandes burgueses que fue beneficiado más directamente por la política desarrollista practicada por los gobiernos mexicanos a partir de los años cuarenta y hasta muy recientemente. De esta forma, su relación con miembros prominentes de la burocracia política fue sumamente cercana, al grado de llegar a asociarse con el expresidente Miguel Alemán Valdés en diversos negocios, especialmente en el ramo de la hotelería.¹¹

Esta cercanía con las altas esferas del gobierno y el hecho mismo de formar parte de una fracción burguesa incluida dentro -- del bloque gobernante, otorgaron al grupo radiofónico encabezado por Azcárraga Vidaurreta una posición inmejorable para negociar -- directamente con los más altos funcionarios del Estado, las iniciativas de los radiodifusores tendientes a obtener beneficios --

económicos, y para realizar en esas mismas instancias del poder público la defensa de los intereses de la industria del radio. En estas condiciones, no resultó extraño que los "intelectuales orgánicos" de los radiodifusores como el Dr. De la Rosa y el licenciado Fernández se generaran precisamente en la XEW, pues su pertenencia al grupo de Azcárraga les proporcionaba la visión política necesaria para diseñar las estrategias y tácticas con que se guió la práctica de los radiodifusores en momentos fundamentales para su industria. Los éxitos políticos de estos dirigentes iniciados en 1939 y continuados como veremos en capítulos posteriores, en las décadas siguientes, fueron otro factor que acrecentó el prestigio de este grupo radiofónico entre el conjunto de radiodifusores del país y fortaleció su dirigencia.

La cercanía de los radiodifusores con la burocracia política permitió, además, que varios de estos industriales o empleados -- muy importantes de sus empresas pasaran a ocupar puestos importantes dentro de la administración pública o cargos de elección popular postulados por el partido gobernante; puestos desde los cuales han promovido los intereses de la radiodifusión comercial. Tales han sido los casos del propio Luis de la Rosa quien fue Director de Educación Higiénica de la Secretaría de Salubridad y Asistencia en 1947¹², de Guillermo Morales Blumenkrou, ex-gobernador interino del Estado de Puebla, de Walter Cross Buchanan Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas de 1959 a 1964, de Oscar Bravo Santos, Diputado Federal, de Luis M. Farias, exlocutor de la XEW, y con una lista impresionante de cargos públicos como diputado, Director General de Información de la Secretaría de Gober

nación durante el régimen de López Mateos, Presidente el Consejo Nacional de Radio en el mismo periodo, gobernador del estado de Nuevo León y líder de la mayoría priísta en la Cámara de Diputados. Además, una gran cantidad de locutores y empleados de las empresas radiofónicas de este grupo han sido diputados. Incluso, desde hace más de 20 años, un representante de los radiodifusores ha estado en la Cámara de Diputados dispuesto a defender los intereses de la radio comercial.

Pero la dirección del grupo encabezado por Azcárraga en la industria radiofónica no ha estado exenta de conflictos con la base, de la misma forma que tampoco han estado ausentes las disputas por el poder. Sería una falsedad afirmar que el gremio de los radiodifusores ha sido siempre un bloque monolítico, sin fisuras y donde las divergencias entre sus miembros han estado ausentes, o donde el grupo dirigente no ha tenido nunca oposición. Aunque el grupo dirigente ha sabido mantener la hegemonía sobre el conjunto de los radiodifusores, ha tenido que enfrentar algunos problemas de diversa magnitud. Uno de ellos, por ejemplo, se suscitó en los años cincuenta debido a que la proliferación de repetidores de las estaciones grandes perjudicaba a las pequeñas estaciones de provincia, lo que ocasionó que éstas acudieran a la CIR para exigir que no se instalasen más repetidoras.¹³ Pero a pesar de que este y otros conflictos suscitaron violentas discusiones al interior del gremio, nunca pusieron en peligro la hegemonía del grupo dirigente.

Asimismo, han existido momentos en los que algún otro grupo ha tratado de encabezar a los radiodifusores o de compartir la di

rección con el grupo tradicionalmente dirigente. Incluso, un representante directo de los intereses del grupo industrial de Monterrey llegó, a principios de los setenta, a la presidencia de la ya para entonces CIRT. Sin embargo, este hecho no significó que el grupo Azcárraga (al que después se adhirieron las familias Alemán y O'Farril), haya perdido la dirección efectiva del conjunto de la industria. Lo que este hecho significó, como se observará en el Capítulo XII de este trabajo, fue la consolidación de la hegemonía de la gran burguesía en la actividad radiofónica y televisiva del país, y la inserción de la fracción política del norte en los puestos dirigentes de esta industria, pero sin derribar el poder del grupo tradicionalmente dirigente. Esto último se comprueba cuando se observa que el representante de la fracción norteña tuvo que compartir la dirección de la industria con dos representantes del grupo Azcárraga -Miguel Alemán Velasco y Clemente Serna Martínez- a fin de equilibrar el poder¹⁴. Este hecho, además, coincidió con la fusión de TIM y TSM y ocurrió en un momento político en que la unidad de acción de las diversas fracciones de la gran burguesía era imprescindible.

Todo lo anterior, por otro lado, produjo un cambio cualitativo en el contenido de las transmisiones de la radio y la televisión comerciales en el país, pues si antes expresaban fundamentalmente los intereses de las fracciones políticas de la gran burguesía ubicadas en el Valle de México, a partir de la asociación de estos dos grupos pasaron a expresar los intereses de la gran burguesía en su conjunto.

Hasta aquí he expuesto, de manera introductoria, la relación

que guarda el que he llamado "grupo dirigente de la industria de la radiodifusión" con la burocracia política y con otros grupos de grandes burgueses vinculados también con la industria radiofónica. En los siguientes capítulos expondré, de manera detallada, las formas concretas que esas relaciones han tenido de los años cuarenta a la fecha.

BIBLIOTECA CENTRAL

N O T A S

1. Enrique Serna Martínez. Discurso pronunciado en la ceremonia de clausura de la XV Semana de la Radiodifusión, ~~Atena~~^Ytena - No. 28, noviembre de 1973, p. 25.
2. Por fracción política de la burguesía entiendo la ubicación de "distintos grupos de la burguesía (...) de acuerdo a su conducta política y su comportamiento ante el poder..." Concheiro et. al., El Poder de la Gran Burguesía, p. 11. La utilidad de este concepto radica en que permite identificar las diferencias políticas entre dos o más grupos económicos que, de acuerdo al tipo de capital que poseen, forman parte de una misma fracción burguesa. Por ejemplo, en el caso de México, es claro que la burguesía industrial de Monterrey y la del Valle de México no mantienen una misma actitud política frente al Estado. Para determinar las causas de esto no basta analizar el tipo de capital que representan, sino que deben analizarse otros factores como su origen histórico, su relación con el capital extranjero, e incluso "la presencia de elementos familiares, religiosos o raciales y el tipo de estructuras de mediación y dominación burguesas". Ibid. p. 33.
3. El concepto de bloque dominante designa "la unidad contradictoria particular de las clases o fracciones de clase dominantes, en su relación con una forma particular del Estado capitalista". Nicos Poulantzas, Poder Político y Clases Sociales en el Estado Capitalista, pp. 302-303.
4. Véase, Concheiro, et. al., op. cit. y Roger Bartra, "Y si los campesinos se extinguen" en Revista Mexicana de Sociología, No. 2, abril-junio de 1976, pp. 323-337.
5. Constituyen el bloque gobernante "la fracción o fracciones de la burguesía que tienen en sus manos el poder del Estado y que por lo tanto no sólo dominan, sino que también gobiernan". Pablo Gómez A. Democracia y Crisis Política en México. p. 65-55.

6. Concheiro, et. al. op. cit. p. 135.
7. Como se recordará, los radiodifusores se hallaban afiliados a la Cámara de Comunicaciones y Transportes en donde habían constituido la Sección Radio, Véase el Capítulo V de este trabajo.
8. La aprobación de la CIR fue hecha mediante el oficio No. 23196 expedido por la Dirección General de Comercio e Industria y la escritura constitutiva es la número 1649 firmada por el Notario Público Rafael Ontiveros Delgado. Véase Boletín Radiofónico No. 877, noviembre de 1970. pp. 7-25.
9. CIRT. Anuario 1971. p. 7. Juan Cross Buchanan era hermano de Walter Cross Buchanan quien siendo Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas desarrolló un importante papel en favor de los radiodifusores para que sus iniciativas fueran incluidas en la LFRT de 1960. Ambos fueron fundadores de "Radio - 620". Véase el Capítulo X de este trabajo.
10. En realidad, el interés de la fracción norteña por la radiodifusión ha sido más bien reciente (de los años sesenta a la fecha) y ha correspondido, más que a un atractivo económico, a una necesidad política de expresar sus posiciones a través de dos medios tan poderosos como la radio y la televisión.
11. Véase Concheiro, et. al. op. cit. pp. 187-188.
12. La forma en que De la Rosa obtuvo este puesto es muy reveladora. Desde diciembre de 1946, De la Rosa se puso en contacto con su amigo personal, Rogerio de la Selva, Secretario de la Presidencia, para solicitar su colaboración a fin de obtener el citado puesto. En enero de 1947 le envió el siguiente telegrama: "Atentamente permítome recordarte bondadoso ofrecimiento tratar mi asunto con señor presidente. Prácticamente encuéntrase vacante Dirección Educación Higiénica de Salubridad y - Asistencia en donde estoy seguro realizar labor de prestigio - para nuestro gobierno". AGN, Ramo Presidentes (Miguel Alemán

Valdés). Exp. 111/420 (subrayado mío; FMB).

Una vez nombrado ese mismo año para el puesto mencionado por el presidente Alemán, De la Rosa clarificó las causas por las que deseaba esa designación: "desde (ese puesto) puedo servir en gran medida para acercar positivamente el Radio a los centros oficiales, tanto como para relacionar más estrechamente al gobierno con el ambiente radiofónica". Boletín Radiofónico, 5 de marzo de 1948. p. 8 (subrayado mío; FMB)

13. Véase el Capítulo IX de este trabajo, en especial la violenta discusión del licenciado José Luis Fernández con los radiodifusores de Veracruz y la decidida defensa del doctor Luis de la Rosa a la proliferación de repetidoras.
14. Véase el Capítulo XII de este trabajo.

CAPITULO VII

LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION DURANTE EL DECENIO 1940-1950

1) La Situación General del País.

La nueva correlación de fuerzas conformada en el país desde finales de la década de los años treinta dio origen a un gobierno de composición muy diferente a la prevaleciente en el periodo cardenista. Si en éste el sector hegemónico de la burocracia gobernante se había integrado por el grupo de políticos demócratas-revolucionarios (como los llama Shulgovski), en el gobierno avilacmachista, que tomó posesión en diciembre de 1940, la composición del gobierno reflejaba el predominio de una corriente de políticos que mantenían posiciones conservadoras y muy vinculados a los intereses de la burguesía. Esta situación se tradujo en una política, por parte del gobierno, altamente benéfica para esta clase social; política que fue mucho más benéfica conforme fue avanzando el decenio y el predominio de esta burocracia estrechamente ligada a la burguesía -que culminó con la llegada a la presidencia de Miguel Alemán Valdés- fue mayor.

En efecto, desde el inicio de su gobierno, Avila Camacho, estableció con claridad los ejes fundamentales de su política. En el plano económico había que conseguir la meta de industrializar el país, para lo cual era necesario otorgar todo tipo de facilidades a aquel sector de la sociedad que poseía el capital neces-

rio para colaborar con el gobierno en este objetivo: la burguesía¹. En el plano político había que conseguir otra meta: lograr la unidad nacional. Es decir, conseguir que individuos, grupos y clases sociales, haciendo a un lado sus diferencias, contribuyeran juntos al objetivo común de impulsar el desarrollo del país. Estos ejes de la política gubernamental permanecieron durante el régimen alemanista, sólo que en éste, al desaparecer ciertas condiciones coyunturales (como la guerra) que hacían que la consigna de "unidad nacional" encontrara condiciones propicias para obtener consenso, y al intensificarse las luchas sociales, el gobierno introdujo, como más adelante veremos, formas de control autoritarias para contener los movimientos populares. Formas como el "charrismo sindical", empezaron a consolidarse plenamente en esta década.

Las medidas adoptadas por el gobierno para favorecer la inversión privada fueron cuantiosas. Entre ellas destacan, por ejemplo, la Ley de Industria de Transformación de mayo de 1941, con la cual las empresas nuevas dedicadas a "la producción de artículos o artefactos elaborados o terminados" quedaban eximidas, durante 5 años, del pago de impuestos y derechos aduanales;² la Ley de Fomento de Industrias de Transformación que adicionaba la anterior y ampliaba los periodos de exención de impuestos para las empresas "nuevas y necesarias" a 10 o 7 años, con la posibilidad, además, de prorrogarla 5 años más. Asimismo, se diseñó una política crediticia cuyo objetivo sería "el financiamiento de la industria del país".³ Para el efecto se redefinieron las funciones de Nacional Financiera, la cual quedó autorizada "para efectuar operaciones de inversión y de crédito, en forma directa o co

mo intermediaria (y) para crear empresas que no fueran atractivas para la iniciativa privada por requerir fuertes inversiones, o por la inseguridad o tardanza en la obtención de utilidades.⁴

En el agro, el impulso al capital privado fue también notable. En este periodo se privilegió el impulso a la producción privada, en detrimento de la ejidal. Esta política fue defendida con el argumento de que la propiedad privada era "más productiva que el ejido" (idea que apoyó y difundió la gran prensa del país) y con la consigna propagandística de que la propiedad privada en el campo era el principal logro de la Revolución Mexicana.⁵ Además se insistió en que el campesino "trabajaría con más ahinco la tierra si era dueño de ella". Por ello, igualmente, se dio mayor preferencia al ejido fraccionado en parcelas sobre el colectivo.⁶ Todo esto permitió al gobierno detener la marcha de la reforma agraria y crear las condiciones para promover el fortalecimiento de las relaciones capitalistas en el campo.

De esta forma, mientras en el sexenio cardenista se repartieron 17 906 429 hectáreas, en el gobierno de Avila Camacho la cifra bajó a 5 944 449 y en el régimen alemanista a 4 844 123. Asimismo, el número de certificados de inafectabilidad otorgados por el gobierno, creció considerablemente. Pero sin duda el acto más significativo en materia agraria durante esta década, fueron las reformas que el gobierno alemanista hizo al artículo 27 constitucional. Mediante ellas se aumentó el límite de las extensiones de tierra consideradas como "pequeña propiedad" y se determinó (fracción XV) que en aquellas propiedades en donde los dueños realizaran obras de riego, drenaje "o cualquiera otra que mejorara

la calidad de sus tierras", no podría ser afectada aun si rebasaba los máximos de extensión fijados en el citado artículo.⁷ Igualmente, la fracción XIV del artículo 27 amplió el derecho de amparo estableciendo que "los dueños o poseedores de predios agrícolas o ganaderos en explotación a los que se haya expedido, o en lo futuro se expida, certificado de inafectabilidad, podrán promover el juicio de amparo contra la privación o afectación agraria ilegales de sus tierras y aguas". Tal disposición significó un instrumento sumamente benéfico incluso para los latifundistas, pues en el caso de afectación de sus tierras, éstos pueden anteponer el juicio de amparo con lo cual "la tierra entra en litigio y la resolución de dotación de tierras se puede alargar tanto como las autoridades correspondientes dispongan".⁸

Todos estos actos del gobierno para estimular al capital privado, que a su juicio era el elemento clave para industrializar al país, encontraron, sobre todo en el primer lustro de esta década, una coyuntura favorable para propiciar, en efecto, el incremento de la inversión privada. Esto fue debido a que al estallar la Segunda Guerra Mundial, México se vio privado de numerosas mercancías de importación provenientes tanto de Europa como, especialmente, de Estados Unidos y esta situación empujó al desarrollo de una industria nacional.⁹ Como consecuencia de todo lo anterior, la producción industrial se elevó de 1940 a 1945 en un 25% aproximadamente y México aumentó el volumen de sus exportaciones considerablemente, en especial de materias primas y manufacturas, en la medida en que pudo ocupar temporalmente, muchos de los mercados, principalmente latinoamericanos, de los que la industria es-

tadounidense tuvo que apartarse por estar dedicada al "esfuerzo bélico".

Pero no fueron solamente facilidades de tipo legal o crédito las otorgadas por el Estado al capital privado para su expansión. Dentro de la política estatal en el periodo jugó una gran importancia el gasto público. En efecto, ya desde 1941, el secretario de Hacienda había afirmado que "el Estado no quiere desempeñar el papel de empresario, sino, más bien, ayudar a la empresa privada para que se encargue de la transformación de la economía del país.¹⁰ Estas declaraciones fueron plenamente apoyadas por medidas concretas, como la construcción de obras de infraestructura cuya planeación y ejecución estuvieron destinados a favorecer al capital privado, principal actor, según el Estado, del proceso de industrialización.¹¹ Así, el gasto dedicado a construcción de infraestructura (irrigación, comunicaciones y obras públicas, etc.) fue durante los gobiernos de Avila Camacho y de Alemán Valdés dos veces mayor al de tipo social (educación, salud pública, etc.).¹² Y aunque, a pesar de las declaraciones del secretario de Hacienda, el Estado sí realizó inversiones productivas, éstas tuvieron la misma orientación que el conjunto del gasto público: las empresas públicas pasaron a cumplir un papel complementario del capital privado, a través, principalmente, de una política de precios y tarifas bajos, por ejemplo en el caso del petróleo, el servicio eléctrico, los ferrocarriles, etc., otorgados a las empresas del sector privado. Es decir, a través de la transferencia al sector privado de una parte de la plusvalía producida en las empresas del sector público.

Como es obvio, todas estas facilidades para la acumulación de capital fueron plenamente aprovechadas por la burguesía. Así, por ejemplo, la inversión privada creció del 57.6% en 1940 al 65.6% - en 1946. Igualmente, su participación en el ingreso nacional aumento de 26.2% en 1939 a 45.1% en 1946. Pero no fue únicamente el capital nacional el beneficiado con la política estatal en los años cuarenta. Durante esta década, el imperialismo estadounidense no sólo impuso a México, a través de convenios bilaterales como el de diciembre de 1942 celebrado en el marco de la Segunda - Guerra Mundial, condiciones para la actividad económica, sino que contó con amplias facilidades para la inversión directa de capitales en nuestro país. Esto no sólo por su papel preponderante en el proceso de acumulación de capital en México (en la medida en que justamente los Estados Unidos eran los principales - exportadores de bienes de producción hacia México), sino porque tanto el gobierno de Avila Camacho como el de Alemán consideraban benéfica, para los propósitos de industrialización del país, a la inversión extranjera, siempre y cuando, ésta "se sujetara a las - leyes nacionales". De esta forma la inversión extranjera directa, por ejemplo, se incrementó de 259.03 millones de dólares en 1940 a 394.29 millones en 1946 y a 735.49 millones al finalizar el sexenio alemanista.

Pero si bien durante esta década el desarrollo industrial en el país fue notable, los frutos de aquel (que fueron recogidos - por un sector sumamente minoritario de la población entre el cual se encontraron incluso varios funcionarios públicos de alta jerarquía)¹³ no alcanzaron a las clases populares. Esto fue facilita-

do por tres razones básicas:

a) La aceptación que la ideología de la burguesía llegó a adquirir entre amplios núcleos de la población; b) la actitud conciliatoria que asumieron la parte fundamental del movimiento sindical y de la izquierda en el país; c) la utilización por parte del gobierno de métodos autoritarios ^y aun represivos para frenar, en ciertos momentos, las luchas de los trabajadores. Todo esto, impidió que las clases populares ejercieran influencia en la política del Estado y se encontraran debilitados ante el fortalecimiento de la burguesía.

En efecto, la coyuntura abierta por la Segunda Guerra Mundial (conflicto al que México entró formalmente el 22 de mayo de 1942) constituyó un elemento fundamental para que la política de "unidad nacional" y de conciliación de clases propuesta por el presidente Avila Camacho tuviera éxito. Ello fue así debido a que entre las organizaciones sindicales y la izquierda cundió la idea de que la lucha por los intereses específicos de los trabajadores y por avanzar hacia el socialismo debía ser colocada en un segundo plano en la medida en que la lucha principal de todas las fuerzas políticas y clases sociales debía concentrarse en la defensa común del país. Esto fortaleció las posiciones que en la organización fundamental del movimiento obrero, la CTM, pugnan por dirigir las luchas de los trabajadores al gremialismo y al apoyo a la política del Estado. Esta concepción, asimismo, influyó notablemente en la política del PCM que, durante el primer lustro de esta década guió su actividad en la línea propuesta por Earl Browder, estadounidense dirigente de la Internacional Comunista que propug

naba por transformar a los partidos comunistas en organizaciones colaboracionistas de la política burguesa. Y a tal grado esta concepción influyó en el PCM que éste decidió, en su IX Congreso de mayo de 1944, disolver las células de empresa, sustituyéndolas por comités de barrio, con lo cual se debilitó la influencia del partido en el movimiento obrero. Y aunque esta medida fue rectificad a fines de 1945, no fue posible volver a reconstituir todas las células de empresa que existían.¹⁴

De esta forma, la política de la izquierda debía ser, de acuerdo a esta concepción conciliatoria que contaba entre sus más fervientes defensores a Vicente Lombardo Toledano, la de apoyar los actos progresistas del Estado surgido de la revolución, aliarse con las fracciones progresistas de la burguesía (a fin de llevar a la Revolución Mexicana "hasta sus últimas consecuencias") y conformar, junto con otras fuerzas democráticas, un amplio frente nacional que defendiera al país de los embates del imperialismo.

Para desarrollar tal política Lombardo planteó la necesidad de conformar un partido que fuera capaz de aglutinar a las fuerzas progresistas. Este sería el Partido Popular y para formarlo, Lombardo realizó, desde 1944, una intensa campaña política que incluyó, entre otros momentos importantes, la creación de la Liga Socialista Mexicana (1944) en la cual figuraban personajes como Narciso Bassols y Gaudencio Peraza, el compromiso de la CTM para apoyar la creación del Partido Popular y la organización de las Mesas Redonda^s de Marxistas (enero de 1947) evento cuyo objetivo era analizar el estado que guardaba el movimiento obrero y analizar la conveniencia de formar el partido que proponía Lombardo.

El Partido Popular se fundó finalmente en 1948. Su creación, sin embargo, no tuvo los beneficios que para la lucha de las fuerzas progresistas del país le atribuyó Lombardo. En primer lugar, porque este partido terminó convirtiéndose en una organización de franca colaboración con la política del Estado y, además, porque paradójicamente, su política se dirigió a ejercer una crítica acérrima contra la mayor parte de las organizaciones de izquierda - del país apenas las concepciones lombardistas empezaron a perder influencia en la política de éstas.

La situación prevaleciente en la izquierda tuvo una repercusión muy importante en el movimiento obrero y en la política general del país. Permitió que en la CTM ganara la dirección el grupo de líderes (Fidel Velazquez, Sánchez Madariaga, Amilpa, etc.), que pugnaba por entablar una alianza con el gobierno (a cambio de algunas diputaciones y senadurías) y por mantener la lucha sindical en un economicismo sumamente limitado. Estos líderes, en efecto, no dudaron en aliarse a la política de Lombardo cuando así convino a sus intereses para romper esa alianza cuando la línea lombardista estorbaba su acercamiento al gobierno. Tal fue el caso del desconocimiento en 1947 por parte de Fernando Amilpa, secretario general de la CTM, del compromiso de ésta en el sentido de apoyar la creación del Partido Popular. Amilpa, no sólo se negó a cumplir este compromiso, adoptado por esa central en su XXXII -- Consejo Nacional, sino que declaró públicamente que la CTM permanecería "fiel al PRI"¹⁵ y luchó por conseguir la expulsión de Lombardo de aquella, cosa que consiguió ese mismo año. La crisis de la izquierda, igualmente, contribuyó a que la política de virulen

to anticomunismo implementada por el gobierno de Miguel Alemán Valdés bajo la influencia del gobierno estadounidense, no encontrara en México una oposición sólida.¹⁶

De esta forma, la CTM, plenamente dominada por líderes reaccionarios, se convirtió en un instrumento de colaboración con el Estado capaz de contener al movimiento obrero, condición ésta fundamental para los propósitos de industrializar al país por la vía de crear un clima de confianza para el capital privado.

Dada la situación brevemente descrita aquí, no resulta extraño que durante esta década ocurrieran hechos como la firma del célebre pacto obrero-patronal de abril de 1945 firmado entre la CTM y la CONCAMIN mediante el cual aquella se comprometía a colaborar con el sector patronal para tratar de llegar a acuerdos conjuntos que resolvieran pacíficamente cualquier conflicto salarial o huelguístico y a moderar sus demandas en aras de la unidad nacional;¹⁷ como el apoyo irrestricto a la devaluación de 1948, a pesar de -- que ésta había mermado el poder adquisitivo de los salarios; o como el abandono por parte de esa central del objetivo estratégico que en su fundación se había planteado y que se sintetizaba en su lema "por una sociedad sin clases", por otro objetivo más acorde con los compromisos que su dirección había contraído con el gobierno: "por la emancipación de México".

De esta forma, la parte fundamental de la clase obrera mexicana quedó sujeta a la dirección de un grupo de dirigentes que, en adelante, y como lo demostraría en los casos de las luchas de los trabajadores petroleros y ferrocarrileros hacia fines de la década, no dudaría en adoptar las más diversas formas de corrup--

ción, antidemocracia y autoritarismo para mantener su alianza con los "gobiernos de la revolución" y subordinar la lucha obrera a los proyectos de éstos.

Todo lo anterior tuvo un reflejo directo en el nivel de vida de los trabajadores y en el resultado de las luchas emprendidas por ellos para mejorar su situación. Así, mientras en 1947 el salario se había incrementado en un 246.4% con respecto a 1939, el costo de la vida había subido en 300.3%; y en 1950, a un incremento de 316.2% del salario (también con respecto a 1939), correspondió un aumento del 356.2% en el costo de la vida.¹⁸ De la misma forma, mientras durante el régimen cardenista hubieron 2871 huelgas, durante el régimen de Alemán (hasta 1951) el número de estas fue de 534; mientras en el sexenio 1934-1940 el 50.7% de las huelgas se resolvió en favor de los trabajadores, con Alemán fue el 32.7%; si en el cardenismo el 15.8% de las huelgas se resolvió en favor de los patrones, en el periodo alemanista este porcentaje subió al 32.2%.¹⁹

La década de los cuarenta se significa, pues, por la consolidación del dominio de la burguesía en el país. Dominio que no sólo se expresó al interior del aparato estatal, sino también, y de manera muy fundamental, a través de su hegemonía en la sociedad civil, proceso este último en el que los medios de difusión colectiva, y muy especialmente la radiodifusión, jugaron un papel de gran importancia.

2) La Política del Estado en Materia de Radiodifusión.

Como hemos visto en el capítulo anterior, el año de 1940 marca un cambio sustancial en la política del Estado con respecto a la radiodifusión. Si bien durante el sexenio cardenista el Estado nunca afectó los intereses de la radiodifusión comercial, dicho régimen se distinguió por desarrollar una política tendiente a ampliar y fortalecer la intervención del Estado en la radiodifusión, especialmente como emisor. Sin embargo, como resultado de los cambios en la correlación de fuerzas en la sociedad y de los efectos que esos cambios tuvieron en la constitución del nuevo bloque dominante, la política estatal en esta materia sufrió una transformación muy profunda.

La nueva política, como se afirma también en el capítulo anterior, consistió en el abandono por parte del Estado de cualquier intento por aumentar su peso en la radiodifusión combinado con un incremento, aún mayor, de las facilidades a la industria de la radiodifusión para su expansión. Esto se debía, por una parte, a que tal actitud correspondía plenamente a las concepciones políticas de los nuevos gobernantes del país que veían en la "iniciativa privada" el factor fundamental para impulsar el progreso de la nación, y, por otro lado, a que, como ya se afirmó también, en la óptica de la burocracia gobernante las necesidades de propaganda y de difusión general de la imagen del Estado y de sus proyectos podían ser cubiertas por el conjunto de estaciones comerciales (junto con las pocas que el Estado decidió conservar), pues dichas

estaciones tenían la obligación, según las leyes y reglamentos relativos a la materia de transmitir de manera prioritaria los mensajes de carácter oficial cuando el gobierno se los solicitara.²⁰

Dentro de esta concepción, la política de fomento a la expansión a la industria radiofónica era, a juicio de la burocracia gobernante, totalmente correcta, pues mientras mayor fuera el desarrollo de la radiodifusión en general, mientras mayor número de estaciones existiera, habría enormes beneficios tanto para los concesionarios, que contarían con negocios prósperos, como para el Estado que podría, eventualmente, utilizar una red radiofónica amplia para emitir sus mensajes con la ventaja adicional de que no tendría que realizar los gastos onerosos que representaba contar con una gran cadena de estaciones propias.

Por supuesto, el Estado mantuvo en su poder varias estaciones como XEDP y XEXA (que habían pasado del antiguo DAPP a la Secretaría de Gobernación), etc., pero su funcionamiento no era tan intenso como durante el gobierno cardenista y, lo más importante, no estaban integradas en un plan de radiodifusión alternativo al comercial como en el régimen anterior. En realidad, funcionaban de manera desarticulada y no pocas de ellas lo hacían prácticamente por inercia. Incluso una estación que había desarrollado una labor importante en la propaganda estatal; la XEFO, del PRM (antes del PNR) había entrado en un período de descomposición en el que enfrentaba varias demandas legales en su contra presentadas por algunos de sus empleados,²¹ y como resultado de esta situación la emisora y su filial la XEUZ de onda corta habían sido vendidas al señor Francisco Aguirre quien al adquirirlas expresó su deseo de

"apartar a las dos estaciones de cualquier actividad política y de dicarlas exclusivamente a fines comerciales para colocarlas en el lugar preponderante que antes tuvieron".²²

Pero aparte de este debilitamiento del sistema estatal de radiodifusión, se produjo, desde los primeros años de esta década, un considerable aumento de la influencia de los industriales de la radiodifusión en la determinación del rumbo que ésta tomaría en el país. En efecto, como resultado de la disposición introducida en la LVGC de 1939 (y que hemos visto en el Capítulo anterior) según la cual se creaba la Comisión Consultiva del Radio, los radiodifusores privados obtuvieron un importante instrumento para influir en la política del Estado en la materia. De hecho, a través de este organismo, la opinión de los radiodifusores se constituyó en parte de la política oficial en la radiodifusión.

Esta comisión se constituyó en 1941 y estaba integrada por el general Ramón Cortés, Jefe del Departamento de Telecomunicaciones de la SCOP,²³ por los licenciados Ignacio Galindo, Ruben Fuentes y Arturo Melgar, también funcionarios de esta dependencia, y por los señores Luis de la Rosa y José Luis Fernández como representantes de la CIR.

La primera actividad desarrollada por la Comisión Consultiva de Radio fue la elaboración, en 1942, de un nuevo Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados. En este reglamento se mantienen las restricciones impuestas por el Estado, desde 1926, referentes a la prohibición de transmitir "franca o veladamente" asuntos de carácter político o religioso y ataques de cualquier tipo al Gobierno

(artículos 114 y 115). Pero contiene también un conjunto de disposiciones nuevas -evidentemente introducidas por los radiodifusores privados- que tenían el objetivo de adecuar la legislación de la materia a las nuevas necesidades que imponía la acumulación de capital en la industria radiofónica. Tales disposiciones se hallan contenidas en el título tercero del reglamento y se refieren a la "forma de explotación de las estaciones radiodifusoras" (capítulo I) y a las tarifas (capítulo II).

En el capítulo II de este trabajo mencioné ya que, justamente en los años cuarenta, la industria radiofónica inició una rápida expansión resultante de la incorporación a ella de adelantos técnicos como las grabaciones en discos. Esto había ocasionado - que las estaciones de radio en México comenzaran a emplear, cada vez en mayor medida, material grabado en sus transmisiones, mismo que era, en parte, producido en México y, en parte, en Estados Unidos. En la medida en que el reglamento anterior no contemplaba el uso de material grabado en las estaciones, el de 1942 se --avocó a resolver este problema.

Por principio, se allanó el camino para la importación de programas de radio grabados provenientes del extranjero mediante la disposición contenida en el artículo 25, según la cual bastaba solicitar la aprobación de la SCOP para realizar la "retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio, por las estaciones radiodifusoras nacionales" (subrayado mio: FMB).

Asimismo, en este artículo, se protegían los intereses de las empresas, o mejor dicho de la empresa (RPM), que producía progra-

mas grabados en México, para evitar que alguna estación retransmi tiera un programa sin la autorización de la empresa productora -- del mismo:

"Se prohíbe la retransmisión de programas en las estaciones nacionales sin el consentimiento previo del concesionario o permisionario de la estación de origen".

Otras de las disposiciones jurídicas promovidas por los in-- dustriales de la radio que fueron incluidas en este reglamento, son las que se refieren a las condiciones bajo las cuales se de-- bían transmitir los anuncios comerciales. Según el artículo 28 - del reglamento, cada uno de estos anuncios podía durar como máxi-- mo dos minutos y por cada dos anuncios transmitidos debía progra-- marse "un número musical o de cualquiera otra índole que no (re-- presentara) publicidad comercial". Esto garantizaba a los radio-- difusores la posibilidad de incluir un alto porcentaje de anuncios comerciales en su programación diaria, pues al no estar limitado el tiempo máximo que podía dedicarse a ellos y al existir solamente la restricción antes señalada, la radio comercial tenía oportunidad incluso de dedicar casi la mitad de sus transmisiones coti-- dianas a la emisión de publicidad.

Este mismo artículo 28, por otro lado, facultaba a los radiodi fusores a hacer uso de los anuncios comerciales grabados. Ello, como se vio en el capítulo II de este trabajo, era necesario para las empresas productoras de programas, pues cuando estos eran en-- viados a estaciones de provincia incluían también anuncios graba-- dos lo cual permitía a los radiodifusores cobrar tarifas más al-- tas a los anunciantes, toda vez que sus productos iban a ser pro--

movidos en varios lugares del país simultáneamente. Sin embargo, en este caso, con el objeto de proteger los intereses de los anunciadores y locutores, existía la limitación de pasar solamente - dos anuncios comerciales grabados cada quince minutos como máximo.

Una característica más del Reglamento de 1942 es su tolerancia a las transmisiones en idiomas extranjeros, algo insólito, - hasta entonces, en las leyes mexicanas sobre la materia. Aunque el artículo 26 del reglamento establecía que las transmisiones -- radiofónicas debían hacerse "en idioma español", en el mismo artí- culo se establecía también que "tratándose de anuncios netamente comerciales de los permitidos por la ley (...) se admite su tra- ducción a cualquier idioma extranjero". Incluso en la fracción - VII del artículo 28 se establecía que se permitiría "anunciar en idioma extranjero el 50%, como máximo, del tiempo total destinado a anuncios comerciales".

Pero esta tolerancia a las transmisiones en idioma extranjero no se reducía sólo a los anuncios comerciales. Según el artículo 26 del reglamento, bastaba obtener la autorización de la SCOP para poder transmitir asuntos cuyo tema no fuera la publicidad en las estaciones de radio. Estos temas, según la fracción VI del artí- culo 28, debían ser de "interés general" y podían transmitirse -- "siempre que a continuación se radien en español".

Gracias a estas disposiciones, pudieron transmitirse duran- te los años de la II Guerra Mundial una gran cantidad de progra- mas propagandísticos en favor de los aliados tanto en inglés como en español.

Finalmente, debido a que, como más adelante veremos, la épo-

ca en que se promulgó este reglamento era crítica para la industria radiofónica por la escasez de refacciones para las emisoras, los radiodifusores privados introdujeron en el reglamento un artículo, el 27, que protegía los intereses de aquellos propietarios de estaciones que, por no poder conseguir material de repuesto para sus empresas, o por alguna otra razón, se vieran obligados a cerrar temporalmente sus actividades:

"El funcionamiento de una estación radiodifusora comercial - podrá suspenderse hasta por cinco días, dando aviso a la Secretaría. Para un período de tiempo (sic) mayor, que en ningún caso excederá de ciento ochenta días, será preciso obtener la previa autorización de la misma".

Esta disposición contrastaba notablemente con los reglamentos anteriores en los que se exigía a las estaciones que no interrumpieran el "servicio de radiodifusión".

Por lo que se refiere al capítulo II del Título Tercero de este reglamento, referente a las tarifas, las disposiciones contenidas en él eran particularmente benéficas para los radiodifusores. Hasta entonces, existía un "desorden tarifario" que este reglamento intentó remediar. Pero para entender mejor esta situación conviene hacer un repaso muy general de la evolución de las tarifas en esta industria.

En enero de 1929 se estableció en la SCOP la Comisión de Tarifas formada por representantes de diversas secretarías y por representantes, "en calidad de voces informativas" de las diversas cámaras de comercio. Esta comisión se limitaba al estudio y la determinación de las tarifas de transportes. Posteriormente,

en 1931, la SCOP amplió las facultades de la Comisión e incluyó en sus funciones a los teléfonos, los telégrafos, radio-comunicaciones y, en general, a todas las vías de comunicación.

Al iniciar sus actividades en la década de los veinte, las radiodifusoras improvisaban sus tarifas, a grado tal que cada estación tenía su propia tarifa.

Según la economista Virginia Salas Soto,²⁴ en 1936, contando el país con alrededor de 68 estaciones, existían 50 tarifas diferentes. Además, según nos dice esta autora:

Como cada una de éstas era aprobada por la Secretaría de Comunicaciones oyendo al parecer del propietario, era a través de un forcejeo entre éste y el representantes de comunicaciones como se les imponía la tarifa a cada una de las estaciones.

Así, se fueron adoptando diversas tarifas según la potencia y la cobertura de las estaciones, pues los concesionarios de las estaciones más grandes sostenían ante las autoridades que sus estaciones por tener más cobertura debían cobrar más dinero por --- sus servicios.

En 1937, "para dar mayor estímulo a los concesionarios", se estableció que en todas las tarifas se pusiera la siguiente nota:

"Las cuotas que señale esta tarifa serán las máximas que deberán cobrarse; pero la empresa, cuando concurren circunstancias especiales podrá contratar sus transmisiones a precios más bajos que los señalados".

El resultado de esto, según Salas Soto, fue negativo, pues los concesionarios podían mover libremente sus tarifas y, además,

practicaban una "competencia desleal" mediante una especie de -- "dumping radiofónico" en el cual se cobraban tarifas muy bajas a cambio de la contratación de una gran cantidad de comerciales. Esto resultaba muy perjudicial para las estaciones pequeñas, especialmente las de provincia, que no podían llevar a cabo esa práctica. Por esta razón, la disposición fue cancelada, pese a lo - cual esto siguió realizándose motivando problemas en el interior del gremio de los radiodifusores.

En 1938, los concesionarios formularon la siguiente clasificación de sus tarifas:

- a) Tarifa regular. Con cuotas que se aplicaban "a tiempo fijo".
- b) De sostenimiento. Con cuotas más reducidas para ser aplicadas a programas destinados a llenar espacios de tiempo vacante.
- c) De impulsión. Con cuotas muy bajas que tenían por objeto estimular el elemento artístico y aplicable en casos no propicios a la publicidad.

Esto contribuyó, igualmente, a agravar el desorden tarifario existente.

Para intentar resolver la situación, el reglamento establecía lo siguiente en su artículo 31:

- 1) Las transmisiones se clasificarían en dos grupos: a) por tiempo; y b) por palabras. Los programas por tiempo se dividirían en ordinarios y cortos. Los ordinarios tendrían una duración mínima de 14 minutos y los cortos durarían de 3 a 13 minutos.

Las transmisiones por palabras se computarían por grupos de 25 y no excederían de 150 palabras. Estas transmisiones eran, -- propiamente, los anuncios comerciales. Ellos se dividían en anuncios cortos ordinarios y anuncios cortos especiales. En el reglamento se incluía la siguiente tabla de tarifas mínimas para el cobro de servicios de las estaciones radiodifusoras:

Potencia en watts	Tiempo por minuto	Palabras, grupos de 25 ordinarios
100 a 250	\$ 0.05	\$0.05
251 a 500	0.07	0.07
501 a 1000	0.10	0.10
1001 a 5000	0.30	0.30
5001 a 20000	0.50	0.50
20001 a 50000	0.80	0.80
De más de 50 000	1.00	1.00

2) El reglamento concedía una serie de prerrogativas a los radiodifusores para aumentar sus tarifas o para conceder descuentos a sus clientes con el fin de atraer a un mayor número de anunciantes. Por ejemplo, las tarifas de los anuncios cortos especiales, que eran los que se transmitían antes, dentro o después de "algún programa o evento especial", podían ser aumentadas hasta en un 100% sobre la tarifa ordinaria. Por tarifa ordinaria se entendía, según el reglamento "la que comprende los precios normales por transmisiones".

Asimismo se permitía a los concesionarios cuyas estaciones -

"por su potencia, frecuencia o ubicación estén en condiciones de ser escuchadas en el extranjero" aplicar en sus tarifas un recar-go hasta de 100%.

Por último, el reglamento facultaba a los radiodifusores a ofrecer a los anunciantes un descuento hasta de 40% en aquellos - casos en que el contrato de una transmisión estipulara que ésta - podía efectuarse una hora antes o después del tiempo convenido, y un descuento hasta de un 90% en los casos en los que se estipula- ra que el programa podía pasar a cualquier hora del día.

Estas disposiciones, como es claro, beneficiaban casi única- mente a las estaciones poderosas, pues solamente ellas eran capa- ces de programar "eventos especiales" de interés para el público y eran también las únicas que podían ser escuchadas en el extran- jero.

Así, la determinación de los mínimos de las tarifas quedó a cargo de la SCOP, mediante la tabla antes anotada, y los máximos de las mismas eran fijados a través de una negociación entre di- cha secretaría y el concesionario.

Pero a pesar de que el hecho de negociar directamente con la SCOP implicaba obvios beneficios para los radiodifusores, éstos - no tardaron en mostrarse en contra de este método para determinar sus tarifas. Ello se debía a que en esta década existía ya en el país un gran número de empresas poderosas, especialmente transna- cionales, que podían pagar, por los servicios de radiodifusión, - cantidades mucho más altas que las autorizadas por la SCOP a los concesionarios. Por lo tanto, terminar con la injerencia de cual- quier cautoridad en la fijación de las tarifas, se convirtió en -

una necesidad para los radiodifusores. A partir de entonces, como veremos más adelante con detalle (capítulo X), los concesionarios empezaron a exigir al Estado que les concediera el derecho de fijar libremente los máximos de sus tarifas, pues éstas no las debía determinar ninguna autoridad sino "las leyes económicas de la oferta y la demanda".

El contenido del Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados de 1942, es una muestra de la poderosa influencia que los radiodifusores privados ejercían en la política radiofónica del Estado.

Ahora bien, lo anterior no significa que la política estatal en esta materia haya sido, en la década de los cuarenta, un simple reflejo de los designios de los industriales de la radiodifusión. Por el contrario, el Estado ha mantenido siempre una relativa autonomía en la fijación de la política radiofónica, lo cual ha provocado que en diferentes épocas se hayan producido conflictos de diversa magnitud entre los radiodifusores y la burocracia política provocados, la mayoría de las veces, porque aquellos han visto -o creído ver- afectados sus intereses más inmediatos por alguna -- disposición oficial.

Sin embargo, en la política estatal siempre ha estado presente la intención de proteger los intereses históricos de los radiodifusores privados. Incluso muchas de las medidas tomadas por el Estado que en apariencia han atentado contra los intereses de la radiodifusión comercial, han sido disposiciones gracias a las cuales la industria radiofónica ha experimentado un gran desarrollo.

Un ejemplo de esto último es el decreto presidencial del 10 de julio de 1947 mediante el cual se prohibía la importación de diversos artículos que se fabricaban ya en México, entre ellos -- los aparatos radio-receptores. Según la explicación oficial, tal medida se debía a que, al término de la Segunda Guerra, los Estados Unidos, habían levantado las restricciones a sus exportaciones y su industria bélica había disminuido su producción incrementando la de "artículos de paz". Esto, combinado con la "gran demanda diferida" de artículos extranjeros en México, había incrementado extraordinariamente las importaciones de nuestro país provocando un saldo desfavorable en la balanza de pagos.²⁵ Este incremento de las importaciones, según el gobierno, significaba "un verdadero desperdicio de la potencialidad económica del país y un despilfarro que pone en peligro, retardándola, la industrialización nacional".²⁶

En efecto, en ese año de 1947, México ocupaba el segundo lugar entre los países latinoamericanos en la importación de aparatos de radio con un total de aproximadamente 160 mil unidades adquiridas por año,²⁷ y se calculaba que las compras por este concepto habían ascendido a 80 millones de pesos. Estados Unidos, por su parte, era el principal exportador de estos aparatos en el mundo. En 1947, según cálculos del Departamento de Comercio de ese país, las empresas productoras de radio exportaron aparatos por un valor de 60 millones de dólares, casi tres veces más que en 1946 año en el que exportaron 832,377 radio receptores por un valor de 23,232,973 dólares, de los cuales el 84% fue adquirido por once mercados: Brasil, México, China Nacionalista, Cuba, Sudá

frica, Canadá, Colombia, Venezuela, Chile, Argentina y Filipinas.²⁸

La determinación del gobierno mexicano, presidido entonces - por Miguel Alemán Valdés, formaba parte de la política de sustitución de importaciones y fue apoyada por las empresas que hasta entonces se dedicaban a la importación y la distribución de aparatos de radio, las que veían en esta disposición la oportunidad para pasar directamente a la actividad industrial a través de la producción de aparatos de radio. Por ejemplo, el gerente de la empresa distribuidora El Capitolio, José Salazar, declaró que su empresa recibiría un último pedido de los Estados Unidos que sería suficiente para surtir aparatos a sus clientes por uno o dos meses más, "justamente el tiempo que necesitamos para poner en marcha la planta de montaje que tenemos proyectada..."²⁹ Por su parte, el señor Alejandro Wallestein, gerente de la Compañía Importadora de Radios consideró que "el decreto de referencia tiene un indudable carácter proteccionista con respecto a la industria nacional, cosa por lo demás loable y acertada.

"Hace aproximadamente un año que yo estudio la posibilidad de establecer una planta de montaje en México, y a eso habrá que ir si el Decreto Presidencial subsiste en toda su extensión y si el Gobierno nos otorga algunas facilidades para implantar, con posibilidades de éxito la nueva industria radiofónica".³⁰

Y, efectivamente, el gobierno concedió, por medio de la Ley de Fomento de Industrias de Transformación, exenciones de impuestos a todas aquellas empresas que estuvieran en aptitud de elaborar aparatos electrónicos y sus partes, "lo que trajo como consecuencia que todos aquellos que eran distribuidores y comerciantes

en este ramo comenzaran a interesarse en la producción de los mismos..."³¹ De esta forma el número de empresas productoras de estos aparatos en México creció hasta llegar al número de 22 en solo 8 años. Algunas de ellas, por supuesto, eran filiales de empresas extranjeras como Philips y RCA Víctor.

Pero a pesar de que la producción de esta clase de artículos en México representaría, en pocos años, un enorme beneficio para la industria radiofónica, los radiodifusores privados, mostrando poca visión histórica, criticaron la medida de prohibir la importación. Preocupados por los efectos nocivos que temporalmente podría traer esta medida para sus intereses, los radiodifusores se opusieron firmemente a esta decisión del gobierno alemanista:

"(La radio) es el órgano publicitario de que se han valido -- todos los gobiernos para mantener a la Nación en contacto -- con el sentir de sus dirigentes, y en muchos casos para organizar auténticas campañas ideológicas, que sin este poderoso vehículo publicitario nunca habrían podido lograrse.

"(Con ello) queremos insinuar que México necesita contar con un número tres veces mayor de aparatos de radio del que actualmente dispone.

"Esperamos que el Gobierno de la República que sabe ver claramente cual es el bienestar y lo que su pueblo necesita, -- trate de resolver dentro de sus mejores posibilidades este problema, ya que por su parte la radio ha contribuido grandemente en contra del analfabetismo, y esperamos también que tan pronto como el cúmulo de razones que lo han obligado ahora a prohibir la importación de radios desaparezca, autorice nuevamente que éstos, al igual que los libros sigan entrando nuevamente al país, pues si por una parte significa evasión de divisas, en cambio, por otra, permitirá a México seguir -- el progreso ascendente de cultura que se está registrando --

firmente desde hace algunos años".³²

Durante los años cuarenta, las medidas estatales de protección y fomento a la industria radiofónica (algunas de ellas no entendidas así por los radiodifusores) fueron frecuentes. El Estado no dudó en otorgar a esta actividad todo tipo de facilidades -- como, por ejemplo, poner a la disposición de empresas como RPM y sin costo alguno, la infraestructura de telecomunicaciones estatal para que efectuaran transmisiones a todo el país,³³ o como -- dar a los radiodifusores mexicanos un fuerte apoyo oficial para la celebración en nuestro país de diversas convenciones y reuniones a las que acudieron representantes de la radiodifusión comercial de diversas partes del mundo, en especial de América. Así, se celebraron en México durante esta década reuniones como la Primera Conferencia Internacional de Radiodifusión en 1944³⁴ y la -- reunión que dio origen a la Asociación Interamericana de Radiodifusión (organismo que como se verá en el apartado siguiente ha de sarrollado un papel fundamental en el predominio de la radiodifusión comercial en el continente) en 1946.

Asimismo, el Estado otorgó un trato preferencial a la industria de la radiodifusión sobre otras industrias, aun en momentos de dificultades económicas como aquellos sucedidos en los años -- cuarenta en los que, por haber insuficiencias en la generación de energía eléctrica, las empresas en general fueron obligadas a ahorrar energía. Como veremos en el siguiente apartado, la radio -- comercial fue eximida de esa obligación debido a las negociaciones entabladas entre los concesionarios y funcionarios de la SCOP.

Ahora bien, a pesar de que durante esta década la política del Estado respecto a la industria radiofónica fue de una completa protección y fomento a la acumulación de capital, dicha política también se significó, como en épocas anteriores, por mantener un estricto control de la información transmitida por la radio. Además de la prohibición de transmitir asuntos políticos y religiosos a través de este medio de difusión, el Estado impuso otras formas de control. Así, por ejemplo, en 1942, la SCOP acordó que todos los noticieros de radio pasaran a la misma hora con el objeto de tener un mayor control sobre ellos y nombró al señor Alonso Sordo Noriega Supervisor General de Informaciones Radiofónicas de esa secretaría. Además, durante esa época, y debido al ingreso de México a la Segunda Guerra Mundial, fueron frecuentes los "encadenamientos" obligatorios de estaciones para transmitir mensajes oficiales de todo tipo, especialmente de propaganda en favor de "los aliados" y "de la democracia". Sólo en 1942, por ejemplo, se transmitieron a través de Radio Gobernación, y en onda corta, 52 programas encadenando a las 162 estaciones comerciales existentes en el país. Tales programas tenían títulos como "El Pensamiento Democrático de América" y "La Hora de la Defensa Nacional".

3) La Política de los Radiodifusores.

La década 1940-1950 fue de gran importancia en la actividad política de los radiodifusores comerciales. Durante este periodo los concesionarios lograron consolidar su cámara industrial hasta convertirla en una organización con gran influencia en las decisioo

nes del Estado en materia radiofónica. Asimismo, desarrollaron una intensa política internacional tendiente, por un lado, a apoyar la exportación de los programas de radio producidos en México y, por otro, a aglutinar la fuerza de los radiodifusores del continente para apoyar sus demandas ante el Estado (táctica que fue seguida en casi todos los países por los radiodifusores privados). Pero fue, además, un periodo importante porque durante él se crearon las bases teóricas y políticas sobre las cuales se fundamentaría la actividad de los radiodifusores en los años siguientes. En efecto, durante esta década empezaron a formarse nuevos cuadros políticos como Guillermo E. Sañas, Oscar Bravo Santos y otros que, más adelante, se constituirían en dirigentes de los radiodifusores. Ellos, junto con otros jóvenes, todos dirigidos por el licenciado José Luis Fernández, iniciaron una amplia labor de producción teórica y de reflexión política acerca de problemas, especialmente de tipo legal y político, que preocupaban hondamente a los radiodifusores. Asuntos como el de las tarifas, el de si la radiodifusión debía ser o no considerada como un servicio público, el de la libertad de expresión en la radio, el de las relaciones de la industria radiofónica con el Estado, etc., empezaron a ser tratados en las tesis de licenciatura de varios jóvenes radiodifusores o empleados de esta industria que egresaban de la Facultad de Derecho de la UNAM, iniciándose con ello, en beneficio de los intereses de la radio comercial, una valiosa producción teórica y de cuadros medios y dirigentes que constituiría la base teórica y política sobre la que se apoyó la actividad de los radiodifusores para obtener uno de sus mayores triunfos políticos: la promulga--

ción de la LFRT de 1960.³⁵

Durante esta década, asimismo, se afirmó la hegemonía del grupo Azcárraga en la radiodifusión, pues todos los presidentes de la CIR durante ese periodo pertenecían a él. Así, después de Emilio Azcárraga Vidaurreta, ocupó el cargo Luis de la Rosa cuyos vínculos con aquél ya se han explicado aquí y posteriormente fue elegido presidente el señor Emilio Ballí quien había trabajado con Azcárraga en la tienda "México Music" y era, en la fecha de su presidencia en la CIR, gerente de la XEQ. Además, elementos de este grupo empezaron a asumir la dirección de otras organizaciones afines a la radiodifusión. Tal es el caso del señor Clemente Serina Martínez quien de 1945 a 1947 fue presidente de la Asociación Nacional de la Publicidad, cargo que ejercerían posteriormente varios radiodifusores vinculados a este grupo.

La fuerza política alcanzada por la CIR y su estrecha vinculación con la burocracia gobernante permitió a los radiodifusores, como ya se ha indicado, influir decisivamente en la política del Estado respecto a la industria radiofónica. Esto no sólo en cuanto a la elaboración de tal política, sino incluso en la modificación o cancelación de ciertas medidas que el Estado había tomado al margen de la opinión de los radiodifusores y que perjudicaban los intereses de éstos.

Un ejemplo de esto es el caso del ordenamiento dictado por la Secretaría de Economía Nacional en 1944 en el sentido de que todas las industrias del D.F., tratarán de ahorrar, por lo menos, el 20% de la energía eléctrica que consumían normalmente ya que debido a algunos desperfectos en la presa de Necaxa, Puebla, exis

tía una "crisis en el suministro del fluido eléctrico". Los radiodifusores se opusieron a esta disposición y dirigieron al Secretario de Economía Nacional, el 22 de febrero de ese año, una carta en la que explicaban sus motivos para no aceptar la orden. En primer lugar se referían a la reducción de ingresos que tendrían, pues "en la presente estación invernal (...) las estaciones tienen mayor volumen de trabajo y de publicidad, porque los anunciantes, en esta temporada del año, hacen mayor empleo del servicio de radio."³⁶

En seguida, la carta afirmaba que:

"...la reducción de consumo (de energía eléctrica) de las estaciones implicaría una disminución en sus respectivas potencias de emisión para lo cual habría que solicitar autorización especial de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, pues las radiodifusoras funcionan sujetas a una concesión federal en que se precisa la potencia de las respectivas estaciones. Por su parte, la misma Secretaría de Estado tendría que sujetarse al Convenio Internacional que en materia de radio existe en los países norteamericanos. Este fija y reconoce los derechos de cada país según el número de potencia de las estaciones existentes en cada uno, y establece que las naciones signatarias pierden sus derechos al uso de los canales, o reduce el alcance de estos mismos cuando las estaciones disminuyen su potencia más allá del límite fijado para el uso de las diversas categorías de dichos canales".³⁷

Además, los radiodifusores pretendían convencer al gobierno de que él mismo se vería perjudicado con esta disposición:

"...en caso de ser inevitable el ahorro de energía determinado precisamente por tiempo, entonces habría que disminuir el

número de horas de trabajo en las estaciones, pero (...) en este caso hay que advertir que en este tiempo de guerras, -- las difusoras son utilizadas en forma continua por el Gobierno Federal para los menesteres de mensajes, servicios especiales, propaganda, etc., cosa que rebasa el 20% del total del tiempo de las estaciones que, por consiguiente, al aplicarse las medidas dictadas por el gobierno para la obtención del ahorro de energía, sería menester reducir el horario de trabajo de las mismas estaciones, lo que además de ser un sacrificio desmesurado, afectaría hasta las transmisiones que se hacen a solicitud del Gobierno".³⁸

Finalmente, los radiodifusores exigían al gobierno un trato preferencial:

"...la Ley General de Vías de Comunicación considera a las radiodifusoras comerciales, por cuanto a los servicios que prestan al Gobierno, como servicios públicos; (...) por lo mismo, las radiodifusoras deben recibir el mismo tratamiento y derechos de excepción que en cuanto a ahorro de fluido se vaya a dar a las demás instituciones de servicio público tales como los tranvías, teléfonos y demás similares".³⁹

Momentáneamente, la demanda de los radiodifusores no fue --- cumplida por el gobierno. La SCOP respondió a los radiodifusores, en abril de 1944, que la posición del gobierno seguía firme y que se darían "facilidades de carácter técnico para la reducción temporal de la potencia de los equipos de las estaciones radiodifusoras", a fin de que éstas pudieran cumplir con el ahorro de energía eléctrica exigido. Sin embargo, este ordenamiento fue modificado en julio de 1947, ya dentro del gobierno de Miguel Alemán, - en beneficio de los radiodifusores. Ello fue resultado de las ne-

gociaciones entabladas entre los dirigentes de la CIR encabezados por Emilio Ballí y Enrique Contel, ambos de la XEQ, y los funcionarios de la SCOP. Los miembros de la CIR argumentaron que el hecho de que las estaciones de radio tuvieran que ahorrar energía eléctrica "era una injusticia", y afirmaron que siendo la radio comercial el medio de difusión más empleado por el gobierno para promover dicho ahorro entre las diversas empresas y en general entre la población, los concesionarios merecían que, en pago por sus servicios, se les eximiera de cumplir con esa disposición:

"...el Gobierno, para llevar a cabo una campaña de conocimiento encaminado a lograr que los consumidores (...) voluntariamente se impongan la obligación de reducir (...) el consumo de energía eléctrica, necesita de la radio como principal elemento de difusión. Mal puede pedírsele ayuda a quien, -- prestándola, no ha de recibir compensación ninguna, -- resultar, acaso, más que nadie también, duramente perjudicado con las limitaciones gubernamentales".⁴⁰

Como resultado de estas negociaciones, el gobierno de Alemán Valdés emitió un nuevo decreto en julio de 1947 en el cual se eximió a las radiodifusoras comerciales de la obligación de ahorrar energía eléctrica a cambio de que "en cada hora de transmisión -- dediquen cuatro minutos a informar y exhortar al público sobre la necesidad y la forma de efectuar el ahorro solicitado por el gobierno federal".⁴¹

Hubo, por supuesto, otras disposiciones legales que afectaban en mayor o menor medida los intereses de los radiodifusores y que fueron modificadas gracias a la acción política de estos. Sin

embargo, su descripción sería demasiado larga, por lo que prefiero enumerar sólo una más. Esta se refiere a la derogación del ordenamiento de la SCOP que obligaba a las compañías telefónicas -- contratadas por las estaciones de radio para una transmisión de "control remoto" a exigir a éstas la presentación de un permiso -- oficial firmado por la SCOP autorizando el lugar y contenido de -- la emisión. En enero de 1945, la CIR informó a sus agremiados, a través de la circular número 23, firmada por el gerente de esa -- agrupación, José Luis Fernández, que:

"... como consecuencia de las gestiones que esta Cámara estuvo llevando a cabo, conseguimos la derogación de la circular que la Dirección de Telecomunicaciones había girado a las -- Empresas Telefónicas en que exigía el previo permiso de dicha dependencia para todos los casos de control remoto.

"El día de ayer (11 de enero) giró nueva circular aclaratoria a las propias empresas de teléfonos, indicándoles que el requisito de previa autorización se refería sólo a los casos en que la materia de la transmisión pueda ir en contra de -- los artículos 114, 115 y 117 del Reglamento de Radiodifusoras en vigor.

"Naturalmente esta Cámara se obligó respecto de la Secretaría a recomendar muy especialmente a todas las estaciones -- que cumplan en una forma muy escrupulosa con dichos artículos, para que en ningún caso se considere que la libertad y facilidades que se nos concedan son más empleados por las estaciones, sino que, por el contrario, éstas tienen un completo sentido de responsabilidad".⁴²

La política estatal en materia de radiodifusión puesta en -- práctica en esta década (cuyas características fundamentales fue-

ron el abandono de la idea de que el Estado debía poseer un fuerte sector de radiodifusión propio y el apoyo irrestricto a la radiodifusión privada) condujo a una situación en la que el Estado se hallaba en una posición de virtual dependencia con respecto a --- los radiodifusores comerciales en lo relativo a la emisión de mensajes radiofónicos. Carente de un sector de radiodifusión fuerte el Estado dependía en los hechos de la cobertura de las estaciones comerciales para la transmisión de sus propios mensajes. Por su parte los industriales de la radio, fortalecidos por la propia política del Estado, habían adquirido una gran autonomía que les permitía negociar en posición de fuerza con la burocracia y, además, imponer, en buena medida, condiciones al Estado, respecto a la forma en que la radiodifusión debía operar en el país.

Mientras tanto, el Estado, por su propia condición de clase, por la estrecha vinculación del grupo dirigente de la radiodifusión con la burocracia política y por las características de su proyecto político en el cual el respeto a la propiedad privada y la protección y el fomento al desarrollo del capital privado eran fundamentales, nunca intentó frenar el control que, cada vez con mayor fuerza, ejercía la burguesía sobre la radiodifusión. No lo hacía, además, porque como ya mencioné antes, en la concepción de la burocracia gobernante las necesidades de información radiofónica del Estado podían ser satisfechas a través del conjunto de estaciones comerciales y las pocas oficiales que aún existían, para lo cual había que apelar al "sentido de responsabilidad" de los radiodifusores.

Sin embargo existía otro factor fundamental que permitía este

creciente dominio de la burguesía sobre la radiodifusión: las únicas fuerzas que hubieran podido influir en el Estado para que éste asumiera una posición progresista en materia de radiodifusión -la izquierda y las fuerzas democráticas- se hallaban en condiciones de debilidad política y teórica; carentes, por lo tanto, de formulaciones precisas acerca de los problemas de la radiodifusión en el país y de una estrategia que les permitiera influir en las decisiones del Estado en esta materia. Esto contrastaba notablemente con la situación que en este aspecto mantenía la --fracción burguesa propietaria de las principales estaciones radiofónicas, la cual, como ya he mencionado, contaba con un amplio bagaje de formulaciones teóricas, políticas y jurídicas acerca de este asunto y había empezado, además, a preparar "cuadros jurídicos" y dirigentes especialmente dedicados al estudio de los problemas de la radiodifusión en México. Ello permitió que, a finales de la década, la idea generalmente aceptada de lo que debía ser la actividad radiofónica y la política del Estado respecto a ella, concepción ampliamente difundida, fuera, justamente, la sostenida por los industriales de la radio. Tal concepción, denominada años más tarde "formula mexicana" por Miguel Alemán -Velasco, está sintetizada en el siguiente texto:

"Nadie ignora la pugna más o menos aguda, pero cierta, entre los partidarios de que la radio constituya un servicio oficial tutelado por el Estado, y sin aplicaciones de propaganda comercial, como sucede en Inglaterra, y los que sostienen que la radio debe ser una industria privada, como otra cualquiera, dedicada a la publicidad, sin perjuicio de que cada gobierno tenga y costee las emisoras que quiera para sus

fines oficiales. Este segundo sistema es el adoptado sin -
excepción y con éxito que nadie puede negar en todo el con-
tinente americano".⁴³

Así, una vez colocados en una inmejorable posición política los radiodifusores comenzaron a desarrollar una política en la - que haciendo, alarde de la fuerza y la capacidad de difusión de - la radio comercial, exigían del Estado la satisfacción de ciertas demandas recordándole siempre a la burocracia gobernante que la eficacia de los mensajes oficiales dependía de la radiodifusión privada y, por lo tanto, el Estado debía preocuparse en fomentar las buenas relaciones con los radiodifusores (otorgándoles amplias facilidades para expandir su industria) con lo cual todos, empe- zando por el Estado, saldrían beneficiados. Un ejemplo de esto es la actuación de los radiodifusores a raíz del viaje del pre- sidente Miguel Alemán Valdés a Estados Unidos en mayo de 1947. - Al regreso de éste personaje a México, los radiodifusores realiza- ron una gran campaña propagandística adjudicándose el mérito de haber dado una amplia difusión a dicho viaje y en especial al -- discurso pronunciado por el presidente ante el Congreso estado-- unidense. Según los radiodifusores, a pesar de que la organiza- ción de la transmisión había sido realizada por la radio oficial, el mérito de haber cubierto a millares de radioyentes era de la radiodifusión privada:

"...pese a la excelente organización con que la radio oficial montó sus servicios informativos, es a la radio privada a - quien se le debe la difusión más amplia y eficiente".⁴⁴

Y aunque el hecho de realizar transmisiones oficiales les -

acarreaba pérdidas -al decir de los radiodifusores- aclaraban - que "las hacían gustosos", pues "cumplían un deber patriótico". No obstante, este esfuerzo, aclaraban también, no era debidamente recompensado, pues a pesar de que los radiodifusores habían - "hecho de México un asombroso centro radiofónico", no se les daban "las atenciones que merecían". Por ello, pedían al presidente una política aún más favorable para la radiodifusión comercial y confiaban plenamente en que éste "los escucharía":

"...en la Presidencia de la República hay un hombre que está por encima de los intrigantes y que sabrá rendir justicia - (al) grupo de hombres que han colocado a la radio mexicana en uno de los lugares más destacados del mundo. Y que comprenderá, con su sereno criterio, que la libertad debe llegar a todas las fuentes de trabajo, y que no puede haber - impedimentos cuando la iniciativa privada se convierte por su potencialidad, por su desprendimiento, en servidora leal, capacitada y abnegada de los altos intereses de la patria."⁴⁵

Por supuesto, las quejas de los radiodifusores eran exageradas, pues, como ya hemos visto, gozaban de una especial preferencia por parte del régimen y, como veremos en el siguiente apartado, durante la década de los cuarenta el crecimiento de la industria radiofónica fue notable. Sin embargo, el deseo enorme de los concesionarios de obtener altas ganancias en espacios de tiempo muy breves, les hacía exigir al Estado que abandonara cualquier tipo de control sobre la radiodifusión y, en cambio, otorgara a los concesionarios todo género de facilidades para una rápida y sostenida acumulación. Pero el Estado, en la medi-

da en que debía, ante todo, implementar un proyecto de desarrollo capitalista en beneficio de los intereses históricos del conjunto de la burguesía, tenía, por fuerza, que tomar medidas que afectaban (a veces incluso de manera momentánea) algunos intereses específicos de los radiodifusores, o bien no podía satisfacer de manera inmediata y absoluta todas sus demandas, provocando el enojo de éstos y la suposición entre ellos de que el Estado pretendía perjudicarlos. De ahí las continuas protestas de los radiodifusores, mismas que, como hemos visto, reflejaban una marcada incomprensión hacia las medidas que el Estado tomaba para promover el desarrollo histórico del capitalismo. Muchas de tales medidas fueron modificadas por el Estado en beneficio de los radiodifusores, pero otras, la minoría, no lo fueron, pues hubieran implicado la pérdida absoluta de la autonomía del Estado con respecto a la burguesía en esta actividad.

La Política Internacional de los Radiodifusores. La Creación de la AIR.

Los primeros contactos de los radiodifusores mexicanos con sus congéneres del continente -especialmente de Estados Unidos- se remontan, como ya hemos visto, a los orígenes mismos de la radio en nuestro país. Estas relaciones, básicamente de tipo económico al principio, fueron adquiriendo un cariz político conforme la industria radiofónica fue desarrollándose en el país. Así, en el primer lustro de los años cuarenta la radio mexicana se convirtió prácticamente en una extensión de la campaña propagan-

BIBLIOTECA CENTRAL

dística desarrollada por las grandes cadenas estadounidenses con motivo de la Segunda Guerra Mundial. Esto, por supuesto, era facilitado por el hecho de que, desde fines de los años treinta, - las dos principales estaciones de radio de nuestro país, la XEW y la XEQ, se habían afiliado, a dos importantes cadenas estadounidenses: a la NBC y a la CBS respectivamente.⁴⁶

Así, en 1942, la NBC contaba en nuestro país con 23 estaciones de radio afiliadas, gracias a que todas las estaciones asociadas a RPM habían sido incorporadas a la "cadena continental - encabezada por esa organización estadounidense".⁴⁷ Gracias a - ello, la NBC pudo transmitir en México una gran cantidad de programas de propaganda pro-yanqui durante esos años; varios de -- ellos, incluso, en idioma inglés. Esto último fue posible debido a que el Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados permitía la emisión de transmisiones en idiomas extranjeros. Y fue - tal el volumen de actividades desarrolladas por estas cadenas en esos años que la CBS transmitió incluso varios discursos del presidente Avila Camacho a Estados Unidos y grabó discos de sus informes presidenciales para distribuirlos a Centro y Sudamérica, además de que tradujo el informe a 5 idiomas (inglés, francés, - portugués, checoslovaco y polaco) para enviarlo a varias partes del mundo.⁴⁸

Para el gobierno de Avila Camacho, esta actividad desarrollada por los radiodifusores privados era tan importante que invitó a Emilio Azcárraga Vidaurreta a participar (durante la Segunda Guerra Mundial) en el Consejo Nacional de Defensa Civil --

como representante de la CIR. El nombramiento fue hecho "en atención a su franca cooperación (a través de la radio) con la causa de México y los países aliados".⁴⁹

Hasta aquí las relaciones de los radiodifusores mexicanos con el extranjero parecían ser en realidad una expresión de la subordinación que el proceso de acumulación de capital en esta industria tenía con respecto a las grandes organizaciones estadounidenses, las cuales proveían a las estaciones mexicanas de -- equipo, refacciones, créditos, etc., y de la influencia política que esas corporaciones radiofónicas ejercían sobre los radiodifusores mexicanos. Sin embargo éstos comenzaron muy pronto a dar muestras de ^{una} gran capacidad política que los llevó prácticamente a ejercer un liderazgo entre los radiodifusores latinoamericanos. Esto fue logrado a través de la AIR, organización que ha tenido una enorme importancia en la elaboración de las legislaciones -- radiofónicas en América Latina y cuya creación fue promovida por los radiodifusores mexicanos.

Los orígenes de la AIR se remontan al año de 1944, exactamente al día 12 de octubre, en el que el licenciado José Luis Fernández presentó, durante la Primera Conferencia Internacional de Radiodifusión, celebrada en la Ciudad de México, una ponencia en la que planteaba la necesidad de crear la "Unión de Radiodifusores del Nuevo Continente". En dicha ponencia, Fernández exaltó el "sistema americano de radiodifusión" que, según él era "más democrático" que el europeo, pues en el primero el Estado mantiene una menor intervención en la radio y "confía a la iniciativa privada la responsabilidad de su honesto y progresista empleo"⁵⁰.

Esta confianza del Estado en los radiodifusores privados debía, según Fernández, ser correspondida colaborando con las autoridades de cada país para mejorar, cada vez más, la calidad de la ra di od i f u s i ó n en el continente. A juicio del ponente, eran los ra di od i f u s o r e s privados y no el Estado quienes debían diseñar los planes de desarrollo de la actividad radiofónica en cada país y la forma en que podían fomentarse las buenas relaciones entre -- los pueblos americanos a través de la radio. Con ello los go--- biernos de América "ganarían mucho", pues no tendrían que elaborar esos planes de acercamiento entre los países y encontrarían ya elaboradas las formas de organización (creadas por los radio- difusores privados) mediante las cuales utilizar la radio para - vincular a los pueblos. Así, cuando los gobierno de América se plantearan, por ejemplo, el problema de cómo hacer que la radio sirviera para dar a conocer la cultura de un país en otro, se en- contrarían con que los radiodifusores privados "anticipándose el esfuerzo y cumpliendo con su deber"⁵¹ habían encontrado y practi- caban ya las formas de conseguir ese objetivo.

La única forma de efectuar esta "colaboración" con los go-- biernos del continente era, justamente, creando una organización que unificara y coordinara los esfuerzos de los radiodifusores de América.

Pero esta organización serviría además, según José Luis Fer- nández, para promover los intereses de los radiodifusores priva- dos "a nivel continental" y para iniciar la discusión de proble- mas muy importantes que preocupaban hondamente a los industria-- les de la radio: "la necesidad de uniformar la legislación sobre

comunicaciones eléctricas, el estudio de todos los aspectos tan -- complicados y sutiles de los derechos de autor, la confección y - empleo de transcripciones eléctricas, la transmisión y retransmi-- sión de programas, etc."⁵²

Finalmente, José Luis Fernández hacía las siguientes proposi-- ciones en su ponencia:

"Primero: Que se cree un organismo con el nombre de 'UNION - DE RADIODIFUSORAS DEL NUEVO CONTINENTE'.

"Segundo: Esta UNION la formarán todas las organizaciones de carácter privado que existan en los diversos países de América quienes designarán delegados hasta en número de cinco, procu-- rando que cada Delegación, en lo posible, represente una diver-- sa actividad especializada de las que constituyan la Radiodi-- fusión. En todo caso, cualquiera que sea el número de repre-- sentantes de una Nación tendrán una sola y única representa-- ción y contarán un sólo voto.

"Tercero: Para la formación y nacimiento de esta UNION, la - Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión de la Re-- pública Mexicana invitará a las organizaciones similares de los otros países para fecha próxima, dándoles a conocer los - propósitos que se persiguen con este organismo.

"Cuarto: Los objetos y finalidades principales serán, en -- esencia, los mismos que ya persiguen las Asociaciones o Cáma-- ras existentes, con más los objetivos de carácter más amplio y general que permitan la concurrencia de todas las naciones de este Hemisferio.

"Quinto: La UNION celebrará reuniones semestrales o anuales, en los lugares que previamente se designen; en el concepto de que el Gobierno de la Nación en que tenga lugar, será el que auspicie la celebración de la Asamblea.

"Sexto: La UNION tendrá su sede en la ciudad de México, pero en cada país se constituirá una Delegación al cuidado de las personas que representen a esa propia nación. El Comité permanente radicará en dicha ciudad de México, D.F.

"Séptimo: La UNION contará con un órgano que se publicará -- semestralmente, sin perjuicio de que si hubiere asuntos de interés podrá igualmente publicarse un boletín mensual.

"Octavo: Todas las conclusiones a que llegue y estudios que lleve a cabo esta UNION serán entregados a las administraciones de los países que la integran para que si merecen su aprobación, se toman en cuenta en los Tratados o Convenios Interamericanos sobre Radiodifusión.

"Noveno: Las autoridades, Delegaciones o representantes de la UNION, prestarán siempre la mayor cooperación a los órganos de los Gobiernos de este Continente, para cualesquiera estudios o actividades que se relacionen con los fines de la propia UNION.

"Décimo: Pueden formar parte de esta UNION, como adherentes, las organizaciones comerciales o culturales que en cualquier aspecto tengan relaciones con la radiodifusión.⁵³

La Conferencia aprobó unánimemente la proposición del licenciado Fernández y acordó reunirse en fecha próxima para constituir formalmente un "organismo interamericano de radiodifusión". Así, se celebró en México, a partir del 30 de septiembre de 1946, el I Congreso Interamericano de Radiodifusores, evento que fue inaugurado por el Secretario de Comunicaciones, Pedro Martínez Tornel, en representación del presidente Manuel Avila Camacho y en el que quedó constituida la Asociación Interamericana de Radiodifusores (AIR). Días después de concluido el Congreso, el presidente electo de la AIR, Lorenzo Balerio Sicco, de Uruguay, y el secretario de la misma

Eneas Machado de Assis, de Brasil, dirigieron al presidente Avila Camacho un telegrama anunciándole la constitución de la organización:

"Agradeciendo a su Excelencia el estímulo y apoyo, la Asociación Interamericana de Radiodifusión, se complace en comunicarle la iniciación de sus actividades".⁵⁴

Rápidamente, la AIR empezó a desplegar una intensa actividad política con el propósito de conseguir que la radiodifusión en América adquiriese las características que los industriales privados le asignaban: "...la radiodifusión es un servicio de interés público, es una actividad privada y libre que no puede ser monopolizada por el Estado u otras personas jurídicas de derecho público y privado; la libertad de pensamiento e información por radio es inviolable y debe ser garantizada por el Estado..."⁵⁵

La actividad de la AIR se realizó a través de varios frentes. En primer lugar se trató de integrar a esta organización a las -- asociaciones de radiodifusores de todos los países de América.

Hacia 1948 faltaban de tener representación en la AIR los radiodifusores de la mayor parte de los países centroamericanos. Para resolver este problema, la AIR comisionó al doctor Luis de la Rosa para que efectuara un viaje a esa región del continente para promover la organización continental de los radiodifusores. En Guatemala, De la Rosa se entrevistó con la totalidad de los radiodifusores del país en un almuerzo al que asistió el ministro de Comunicaciones y Obras Públicas de aquel país en representación del presidente de la república. Allí, los radiodifusores guatemaltecos pidieron garantías para la radio comercial y la expedición

de "una ley justiciera" sobre esa materia. Al mismo tiempo, le -- informaron a De la Rosa que ya estaba formada una Asociación Nacional de Radiodifusores y que solicitarían su ingreso a la AIR. En el Salvador se formó también, a raíz de la visita del doctor De la Rosa, una Asociación que se integró a la citada asociación continental. En Honduras sucedió lo mismo y, además, De la Rosa se entrevistó con el presidente de aquel país de quien obtuvo la promesa -- de dictar una ley de radiodifusión basado en sugerencias hechas -- por la AIR.⁵⁶

Además de esto, la AIR determinó, durante su II Congreso celebrado en Buenos Aires en julio de 1948, luchar a corto plazo por:

- 1) Uniformar la legislación continental sobre radiodifusión. Para lograr esto, la AIR recomendó a sus agremiados realizar un análisis de la situación política y jurídica de sus países para determinar cuáles eran las posibilidades reales de lograr tal legislación común.
- 2) Fortalecer sus relaciones con la ONU, la UNESCO, la UIT y la Unión Panamericana (esta última antecedente de la OEA). Esto tenía por objeto lograr que la AIR se vinculara a ellas en calidad de organización de "carácter consultivo" con lo cual los planteamientos de los radiodifusores privados podrían -- tener una mayor proyección mundial.
- 3) Lograr que la televisión, ya muy desarrollada en Estados Unidos y en pleno proceso de instalación en algunos países de América Latina, fuera susceptible también de ser incorporada al régimen de concesiones a los particulares para que éstos -- pudieran darle un uso comercial. El estudio de las formas políticas y jurídicas para lograr esto quedaría a cargo de los radiodifusores en cada país los que, para tal efecto, debe-- rían agregar una sección de televisión a sus asociaciones ya existentes o bien crear una asociación específica para la fu-

turas estaciones de televisión.

4) Conseguir una efectiva libertad de información a través - de la radiodifusión. Esto se debía a que en la mayor parte - de los países de América, los gobiernos, si bien otorgaban -- bastantes facilidades económicas para el desarrollo de la ra- dio comercial, ejercían, en cambio, un estricto control sobre el contenido político de las transmisiones, lo cual, evidente- mente, afectaba la capacidad de expresión política de los ra- diodifusores. ⁵⁷

Con estos objetivos inmediatos, la AIR presentó a la IX Confe- rencia Internacional Americana, celebrada en Bogotá en 1948 y con- vocada por la Unión Panamericana, un documento en el que explicaba su concepción acerca de las características que debía tener la ra- diodifusión en América.

Según la AIR, la radiodifusión debía ser entendida como una "actividad privada":

"Consideramos indispensable, para el afianzamiento del orden democrático del hemisferio y para que la radiodifusión pueda realizar con plenitud la obra de elevación cultural que le - está confiada, que se proclame como un principio básico el - de que la radiodifusión es esencialmente una actividad priva- da; y que ella ha de poder desenvolverse con libertad, en - los límites establecidos por las leyes nacionales..."⁵⁸

Asimismo, fijaban los límites de la participación del Esta- do:

"La AIR, sin desconocer el derecho de los Estados a poseer -- sus propias estaciones de radiodifusión para cumplir algunos servicios fundamentales, considera que una radio oficial con anuncios comerciales no es un leal competidor de la radio --- privada". ⁵⁹

Finalmente, la AIR explicaba lo que, a su juicio, debía ser - la política de los estados americanos ante la industria radiofónica en cada uno de los países del continente:

"Las radiodifusoras se deben beneficiar de las mismas ventajas y exenciones que las normas constitucionales o la legislación fiscal de los estados americanos reconozcan en favor de las - empresas periodísticas y de las instituciones culturales y es tablecimientos de utilidad pública.

"Tan firmemente como la libertad de emisión del pensamiento - por radio, ha de ser protegida, la libertad de escuchar y mirar de aquellos a quienes son destinadas las emisiones. Ni - la radio ni la televisión podrán rendir todos sus frutos en - cuanto por medios indirectos tales como gravámenes fiscales - sobre los receptores o sobre la importación de los mismos se restrinja el número de personas que integran el público radio fónico".⁶⁰

Pero, sin duda, el mayor esfuerzos de la AIR se dirigió fun-- damentalmente al objetivo de unificar las legislaciones sobre radiodifusión en los países de América. Estas, por supuesto, debe-- rían incluir las concepciones de los radiodifusores privados. Con ello se trataba de legalizar estas concepciones acerca del manejo de la radio. Para tal fin se elaboraron durante el II Congreso de esta organización en Buenos Aires, las célebres 12 Bases de la AIR las cuales serían el fundamento de la política de los radiodifusores privados. Cada una de estas bases constituía un objetivo que debía ser logrado por los radiodifusores en sus respectivos países; las asociaciones privadas de radio en todo el continente tratarían de que las legislaciones nacionales sobre la materia estuvieran fun damentadas en estas "12 bases". Este esfuerzo desarrollado por --

los radiodifusores en cada país sería respaldado por la AIR a nivel continental y, en la medida de lo posible, interviniendo directamente en el país de que se tratara. El proyecto inicial de las "12 Bases de la AIR para uniformar la legislación interamericana de Radiodifusión", aprobado en Buenos Aires, fue elaborado por el doctor Justino Jiménez de Arechaga de nacionalidad uruguaya, Director General de la Oficina Permanente de esta organización. El contenido de las "12 bases" era el siguiente:⁶¹

Base 1: La radiodifusión debe ser considerada como una actividad de interés público y de finalidad cultural y recreativa.

Base 2: La radiodifusión no constituye un servicio público ni puede ser monopolizada por el Estado o por otras personas de derecho público o privado.

Base 3: Las normas que protegen la libertad de expresión en la prensa deben regir "con igual rigor e intensidad" a la radiodifusión.

Base 4: El control que el Estado ejerza sobre la radiodifusión debe limitarse a: a) evitar o sancionar la interferencia de las transmisiones; b) comprobar los casos de abuso de la libertad de expresión; c) verificar la efectiva utilización de las frecuencias asignadas a los concesionarios, pudiendo cancelar las concesiones cuando no se respeten las especificaciones técnicas incluidas en la misma.

Base 5: La sanción por abuso de la libre expresión en la radiodifusión corresponderá sólo al Poder Judicial.

Base 6: En el caso de que el concesionario viole alguna disposición de tipo administrativo o técnico que cause suspensión o cancelación de la concesión, podrá apelar ante el Poder Judicial.

Base 7: La censura a las transmisiones solamente podrá establecerse en los casos graves de guerra o de "conmoción interna" y no podrán subsistir después de la terminación de tales situaciones.

Base 8: El estado sólo podrá utilizar las frecuencias asignadas a particulares en los casos siguientes: a) para transmitir -- boletines oficiales, meteorológicos, relativos a la navegación marítima o aérea o similares; b) para "transmitir órdenes o noticias destinadas a mantener o restablecer el orden, la seguridad o la salubridad públicas amenazadas o alteradas"; c) cuando, en circunstancias excepcionales, las autoridades deseen dirigirse a la nación para tratar cuestiones de interés general o para conmemorar grandes acontecimientos nacionales.

Base 9: Las concesiones deberán otorgarse por tiempo indeterminado.

Base 10: Los concesionarios de las estaciones no serán responsables de los abusos de la libertad de expresión que se cometan a través de dichas estaciones. Solamente lo serán cuando dichos abusos sean cometidos "por personal permanente de la estación" o cuando las personas que cometen el abuso expresen el contenido de materiales o documentos suministrados por la estación.

Base 11: La radiodifusión deberá gozar de los mismos beneficios que en el terreno de la legislación fiscal se otorgan a las -

instituciones culturales o de utilidad pública. Asimismo, la tenencia de aparatos receptores no deberá causar impuestos, ni tampoco los causará la importación de transmisores, receptores, refacciones y piezas en general destinados a construir, reparar y conservar las estaciones de radiodifusión.

Base 12: En ningún caso, las emisoras del Estado o de otras personas jurídicas de Derecho Público realizarán propaganda comercial o competirán de cualquier modo con las emisoras privadas en el campo de la publicidad.

Para conseguir que las "12 Bases de la AIR" fueran incluidas en las legislaciones de los países americanos, esta organización elaboró un plan muy completo. Por un lado, estaría una especie de "frente de investigación y producción teórica" coordinado por la Oficina Permanente de la AIR y encargado de realizar análisis específicos en cada país acerca de la legislación vigente en materia de radiodifusión, las cuales debía comparar con las bases "a fin de poner en relieve aquellos puntos de coincidencia o discrepancia entre unos y otros textos".⁶² Una vez hecho esto, debían formularse los argumentos legales y políticos que podrían emplearse en las negociaciones con las autoridades o en las discusiones que fuera necesario efectuar con diversos sectores para lograr el fin propuesto. En 1949, la AIR ya tenía realizados análisis amplios sobre las legislaciones radiofónicas de Guatemala, Paraguay y Venezuela y el proceso de estudio se encontraba muy avanzado en otros países.⁶³

El otro frente organizado por la AIR era el político. Este se encargaría de elaborar y poner en práctica las tácticas adecuadas en cada país para conseguir que las "12 Bases" fueran incorpo-

radas a la legislación radiofónica. El "frente político" debía - utilizar los estudios y las formulaciones teóricas elaboradas por sus compañeros.

Ambos "frentes" serían coordinados por la Oficina Permanente de la AIR, pero los equipos de trabajo en cada país serían integrados exclusivamente por nacionales ya fueran radiodifusores o empleados de la industria, los que en todo momento tendrían el respaldo político de la organización.

En el caso de México, como ya se indicó, esta labor teórica y política fue encabezada por José Luis Fernández y tuvo como participantes destacados a Guillermo E. Salas, a Salvador Pliego, Oscar Bravo Santos quienes junto con otros radiodifusores realizaron la producción teórica y elaboraron la táctica política que guiaron la actividad de los radiodifusores cuya culminación fue la LFRT de - 1960 en donde quedaron integradas las famosas "Bases de la AIR".⁶⁴

Pero la actuación de la AIR no se limitó a la coordinación y apoyo de la actividad política de los radiodifusores en el continente. Esta organización llegó incluso a intervenir directamente en la política interna de algunos países latinoamericanos provocando con ello algunos conflictos entre gobiernos del área. Una de estas intervenciones ocurrió en Argentina en 1948 cuando la AIR -- impugló la política que en materia de radiodifusión llevaba a cabo el gobierno del general Juan Domingo Perón. Según los radiodifusores de aquel país, el gobierno pretendía, a través del Departamento de Control de Radio, que funcionaron sólo 4 redes de estaciones, una de ellas propiedad del Estado, "la cual sería financiada por - medio de contribuciones de las tres redes comerciales".⁶⁵ Ante es

to comenzaron a aparecer en diversos periódicos cuyos dueños poseían también estaciones de radio, ataques al gobierno acusándolo de intentar apartar a la iniciativa privada de la radiodifusión. Por esta razón, el gobierno clausuró las estaciones de Radio del Norte, de Santiago Estero; Radio Aconguija, de Tucumán y Radio Aconcagua, de Mendoza, ligadas a esos periódicos. Además advirtió que seguiría empleando estas medidas si los ataques hacia su política con respecto a la radiodifusión proseguían.

Durante la conferencia de la AIR, en Buenos Aires en 1948, la política del gobierno peronista fue atacada violentamente. Y fue el delegado mexicano, Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien impugnó con mayor vigor la política de Perón en esta materia. Ello propició que el gobierno de Argentina reclamara enérgicamente al de México por la actitud de Azcárraga. Ante tal situación, el embajador mexicano en Argentina tuvo que aclarar que la delegación de radiodifusores mexicanos que participaba en el Congreso de la AIR era absolutamente privada y sus opiniones no tenían carácter oficial y no involucraban al gobierno de México.⁶⁶

Pero, por supuesto, no fue esta la única intervención de la AIR en los asuntos internos de un país. De hecho, esta organización ha intervenido directamente en los asuntos relacionados con la radiodifusión en los países latinoamericanos a partir de su fundación, e incluso en fechas recientes.⁶⁷

Otro de los aspectos importantes de la actividad desarrollada por la AIR ha sido su participación en diferentes reuniones internacionales sobre radiodifusión y telecomunicaciones en las que ha tenido intervenciones destacadas para promover los intereses de la

radiodifusión privada. Durante esta década la AIR participó en la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones de Atlantic City E.U.A. A esta reunión la AIR envió como delegados a Emilio Azcárraga Vidaurreta, de México, y a Goar Mestre, de Cuba y a Lorenzo Baleri Sicco, de Uruguay. Y en ella solicitó que la ONU la aceptara como "organismo de consulta" y recomendara a la Unión Panamericana que hiciera lo mismo. Además, presentó una ponencia titulada "La libertad del Aire" en la cual se pronunciaba por la libertad de expresión a los propietarios de las estaciones de radio para -- que pudieran "emitir libremente su pensamiento a través de ellas".⁶⁸

Ahora bien, todo lo anterior no significa que la política internacional de los radiodifusores mexicanos se haya limitado a la AIR, aunque es preciso tener en cuenta que esta organización jugó un papel muy importante para la defensa de los intereses de la radio comercial en el continente. Por el contrario, los radiodifusores mexicanos desarrollaron al mismo tiempo una política independiente de la AIR, por ejemplo en lo relativo a la promoción y venta en otros países de los programas producidos en México. De igual forma, una parte de su política con respecto al Estado también estuvo dedicada a tratar asuntos de orden internacional. Estos se referían básicamente a la realización de negociaciones con las autoridades para que adoptaran en las conferencias internacionales -- sobre radiodifusión o telecomunicaciones posiciones cercanas a la defensa de la empresa privada en la radiodifusión, para que el Estado adoptara y legalizara aquellas disposiciones emitidas en esas reuniones que fueran favorables para los radiodifusores o para que el Estado hiciera beneficiarios a los concesionarios de los logros

obtenidos en esas conferencias, especialmente en lo que se refiere a la asignación a México de canales libres internacionales.

Incluso las delegaciones enviadas por México tuvieron siempre uno o varios representantes de la CIR, ya sea con carácter de observadores o como miembros oficiales. Por ejemplo a la III Conferencia Interamericana de Radiocomunicaciones celebrada en Río de Janeiro en 1945 asistió Guillermo E. Salas como observador oficial del gobierno mexicano y la delegación oficial que el gobierno envió a la Conferencia de Atlantic City, estuvo presidida por Emilio Azcárraga Vidaurreta quien de esta manera encabezó dos representaciones: la oficial de México y la de la AIR.⁶⁹

4) El Crecimiento de la Industria de la Radiodifusión.

La década de los cuarenta constituye la época en que la industria radiofónica, una vez consolidada, inicia una vertiginosa expansión, incluso hacia fuera del país.

En esta década, después de una breve interrupción de su crecimiento, provocada por la Segunda Guerra Mundial, se registró un notable incremento de la inversión en esta industria. De \$11,550,685.72 en 1941, aumentó a \$42,510,473.85 en 1950. Este incremento se produjo especialmente por el gran aumento de capital fijo provocado por la compra de equipos y por la construcción de nuevas instalaciones por parte de los propietarios de las grandes estaciones y, desde luego, por la aparición de un gran número de nuevas estaciones en toda la república, las cuales aumentaron de 126 en 1941 a 195 en 1950.

En esos años, además, estaciones como XEB, XEW y XEQ adquirieron equipos de teletipo. La XEB adquirió una "antena direccional" y el propietario de la "W" construyó el edificio "Radiópolis" (la "Ciudad del Radio") que posteriormente se transformó en "Televisión" y que originalmente fue proyectado para instalar allí los estudios de la XEW y la XEQ. Además, se adquirieron gran cantidad de equipos de grabación, indispensables para las "cadenas radiofónicas" que se fundaron en esos años y se empezaron a adquirir equipos para Frecuencia Modulada y Televisión, campos en los que los radiodifusores privados irrumpieron apenas iniciados los años cincuenta.

Año	No. de Estaciones	Inversión (pesos)	Ingresos Brutos (pesos)	Egresos (pesos)	Utilidades Netas (pesos)
1941	126	11 550 685.72	7 005 709.78	5 705 849.77	1 299 860.01
1942	132	13 000 000.00	9 279 331.83	7 272 889.76	2 006 644.07
1943	138	15 245 148.47	10 962 862.45	9 881 119.79	1 081 742.66
1944	137	16 829 756.00	14 415 176.03	12 654 953.42	2 295 655.97
1945	147	15 697 653.62	18 809 238.60	15 835 939.24	3 421 260.09
1946	151	19 706 110.78	24 332 211.54	20 401 851.37	4 375 427.33
1947	167	28 610 533.25	27 535 168.75	23 984 079.01	4 500 095.47
1948	165	29 767 756.45	28 298 094.00	24 342 983.80	4 592 543.69
1949	166	40 836 260.08	36 558 609.69	33 954 306.51	5 462 210.50
1950	195	42 510 473.85	49 943 095.60	45 919 410.74	6 792 676.88

Fuente: Virginia Salas Soto, Radiodifusoras Comerciales en México.

Como puede observarse en el cuadro, entre los años de 1942 a 1945 existe un ligero "decrecimiento" en algunos rubros de la actividad radiofónica, especialmente en lo que se refiere a la inversión y a las utilidades. Elo fue consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, como más adelante veremos. Así, por ejemplo, la inversión decrece en 1945 y las utilidades lo hacen también en 1943. Sin embargo, en la segunda mitad de la década se observa una notable recuperación en la cual la inversión aumenta en más de 20 millones en sólo 4 años (1946-1949) y las utilidades mantienen un crecimiento estable. Pero cabe aclarar aquí que ante la cantidad extraordinaria de gastos realizados por los radiodifusores, en especial por los más poderosos para poner en marcha la televisión, no era posible esperar un crecimiento exagerado de las utilidades.

Ahora bien, dentro de este crecimiento de la industria radiofónica jugaron un papel fundamental las "cadenas" formadas por estaciones de radio distribuidas en diversas ciudades del país. Estas, como veremos a continuación, permitieron, por un lado, que empresarios medianos y pequeños pudieran ingresar a la industria de la radiodifusión, pero, por otro lado, constituyeron un dispositivo económico-político que permitió a los grandes radiodifusores mantener un control político sobre los radiodifusores pequeños y dirigir prácticamente el crecimiento de esta industria.

En efecto, durante esta década surgieron varias cadenas radiofónicas. Ellas fueron Radio Programas de México -la más importante- fundada en 1941 y propiedad de Emilio Azcárraga en sociedad -- con el radiodifusor regiomontano Clemente Serna Martínez y con los dos principales ideólogos de los radiodifusores: José Luis Fernán-

dez y Luis de la Rosa; la Cadena Radio Continental, fundada en -- 1942, encabezada por XEQR y XERQ, dirigida por los señores Gabriel Fernández Sáyago, Antonio Fernández y Pedro Muñoz Picaso y propiedad de Manuel Suárez, la cual contaba con 25 afiliadas al empezar sus labores; Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), que - contaba con 10 estaciones distribuidas en el norte del país, Veracruz y Jalisco, su presidente era Edgar M. Haymans; Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA) con varias estaciones ubicadas especialmente en Michoacán; la Cadena Radio Mil, encabezada por la estación XEOY que contaba con 36 afiliadas; la Cadena Azul, creada por la organi zación RPM, contaba con 16 afiliadas, posteriormente pasó a ser - controlada por las estaciones XEQ y XEQQ; Radio Central Radiofónica con 7 estaciones en el D.F., Puebla, Morelos, Hidalgo y el Esta do de México, encabezadas por XENK (Radio 620); Radio Cadena Nacio nal (RCN) propiedad de Rafael Cutberto Navarro, etc.

Varias de estas cadenas, cabe mencionarlo, tenían un estrecho contacto con organizaciones radiofónicas de Estados Unidos e inclu so, como ya se ha mencionado aquí, formaban parte de las "cadenas continentales" de éstas. Por ejemplo, RPM y la Cadena Azul man tenían un estrecho contacto con la NBC y la CBS y Radio Mil con la Mutual Broadcasting System (MBS).⁷⁰

La idea de crear cadenas había empezado a cobrar fuerza en el país desde fines de los años treinta. Entonces, varias estaciones pequeñas planteaban la necesidad de encadenarse para poder compe tir en mejores condiciones ante las grandes estaciones que, por - su poder económico, tenían mayor oportunidad de transmitir una me jor programación y acaparar, por lo tanto, la atención del público

y de los anunciantes.⁷¹ Sin embargo, quienes impulsaron la construcción de éstas fueron justamente los grandes radiodifusores y, en especial, el grupo de ellos que aquí he caracterizado como dirigente de la industria radiofónica. Los objetivos de este grupo al crear sus importantes cadenas radiofónicas eran por supuesto, muy distintas a los que se planteaban los pequeños radiodifusores. Para el grupo dirigente de la radiodifusión en México, las cadenas significaron la posibilidad de aumentar de manera extraordinaria - sus ganancias y de afirmar su hegemonía en la industria radiofónica. El caso de Radio Programas de México comprueba lo antes dicho.

Acercas de la importancia de RPM en el desarrollo económico de la industria de la radiodifusión en México se habló ya en el capítulo II de este trabajo, por lo que aquí me referiré solamente a la forma en que esta organización contribuyó a afirmar la dirección política del grupo Azcárraga⁷² sobre la radiodifusión.

En efecto, a través de esta cadena el grupo dirigente de la radiodifusión logró ejercer no sólo una conducción política sobre esta industria, sino incluso un control sobre un gran número de estaciones en el país (el 50% de las existentes al finalizar la década). Para ello, recurrió a procedimientos como "brindar ayuda económica" y asesoría técnica a las estaciones afiliadas. Por ejemplo, en la "crisis de refacciones" ocurrida durante la Segunda Guerra Mundial, RPM provenía de refacciones a sus afiliadas; refacciones cuya importación era negociada por Emilio Azcárraga Vidaurreta directamente en Nueva York con la NBC.⁷³ Esto se convirtió en un atractivo más para que un gran número de estaciones se afiliaran a RPM. Aparte de que perteneciendo a esta cadena podían presentar,

como ya se mencionó en el capítulo II, "programas estelares", que por sí mismas no podían producir, las estaciones decidían afiliarse a RPM porque así podían contar con refacciones (muy escasas en la época) y asesoría técnica. Incluso, ello les aseguraba una vinculación directa con el grupo dirigente de la industria. Al respecto, la opinión del propietario de la estación más grande de Veracruz -la XEVZ- el señor Fernando Pazos Sosa, es reveladora:

"...estoy profundamente satisfecho (de pertenecer a RPM). Radio Programas ofrece una serie de atracciones que nosotros difícilmente podríamos dar, por las muchas dificultades con que tropezamos y por las muchas exigencias que por parte de los elementos artísticos encontramos. Además, esto nos facilita enormemente la solución del problema de las refacciones.

"...hasta ahora habíamos salido adelante porque hemos sido -- previsores. Cuando pensábamos que comenzaríamos a encontrar dificultades, nuestra incorporación a Radio Programas de México, nos proporciona una ventaja más, la de tener la seguridad de que todas estas cosas vamos a poder solucionarlas fácilmente".⁷⁴

Así, durante esta década, RPM creció considerablemente: si en 1941 contaba con sólo 6 afiliadas, en 1945 tenía ya 78, en 1948 -- sumaban 82 y 92 en 1950. Además, la organización se ubicó rápidamente como la más importante en su género en latinoamérica. En 1944 y 1945 el señor Clemente Serna Martínez realizó dos viajes de casi 3 meses cada uno a centro y sudamérica para incorporar estaciones de esos lugares a la organización RPM, con lo cual abrió un extenso mercado para los programas radiofónicos elaborados en México.⁷⁵

Resulta claro, pues, que gracias a las "cadenas", el crecimiento de la industria radiofónica recibió un impulso notable. Sin embargo, como ya se planteó, este crecimiento se realizó prácticamente bajo la dirección del grupo Azcárraga, el que, de esta forma, contaba con una fuerte base de apoyo incondicional para sus proyectos políticos (más del 50% de las estaciones existentes bajo su control) y con una gran influencia entre el conjunto de los radiodifusores del país. Las cadenas, así, constituyeron en los años cuarenta un dispositivo económico-político que contribuyó enormemente a la concentración de capital (aumento de la magnitud de los capitales de un número reducido de empresarios) y de centralización de capital (aumento de un capital por la incorporación a él de varios capitales más pequeños) en la industria de la radiodifusión, y consolidó el predominio y la dirección política de un grupo muy reducido de radiodifusores sobre el conjunto de esta industria.

De esta manera, una vez teniendo prácticamente bajo su control la parte fundamental del sistema de radio en el país, el esfuerzo de los grandes radiodifusores se encaminó a extender su inversión hacia los nuevos campos que en el terreno de la radiodifusión ofrecía el desarrollo tecnológico: la frecuencia modulada y la televisión; mismos que los industriales radiofónicos consideraron debían estar reservados "para la empresa privada".⁷⁶

N O T A S

1. En diversas ocasiones, funcionarios estatales externaron la -- opinión de que "la seguridad de la expansión económica (se cifraría) en las energías vitales de la iniciativa privada". Según el presidente Avila Camacho: "(la iniciativa privada) debe saber que cumpliendo con nuestras leyes, toda legítima ganancia le será respetada. El empresario necesita contar con el estímulo de que su obra de previsión, de esfuerzo constante, de valor para desafiar los riesgos, va a encontrar la garantía de - las instituciones..." Palabras de Manuel Avila Camacho en su discurso de toma de posesión el 10. de diciembre de 1940, cita do por Blanca Torres en Historia de la Revolución Mexicana, to mo 19, p. 275.
2. Ibid., p. 289.
3. Ibid., p. 294.
4. Ibidem.
5. Anatoli Shulgovski, México en la Encrucijada de su Historia, - p. 433.
6. Blanca Torres, op. cit. p. 303.
7. Samuel Schmidt, La Política de Industrialización de Miguel Aleja, p. 27.
8. Ibid., p. 28.
9. Shulgovski, op. cit. p. 486.
10. Blanca Torres, op. cit. p. 276. Incluso en el decreto que crea la Comisión Federal de Fomento Industrial, el Estado se fijaba como su principal función la de "suplir a la iniciativa priva da sólo temporalmente y estimular las inversiones de los parti culares para la creación de industrias indispensables al desa rrollo orgánico nacional; por lo tanto se evitará emprender o

iniciar cualquier empresa que pudiera constituir concurrencia desleal, antieconómica o innecesaria". Ibid., p. 277.

11. Cabe anotar que en gran medida estas obras de infraestructura fueron financiadas con créditos contratados en el extranjero - lo que acarreó fuertes desajustes económicos que contribuyeron notablemente para que en junio de 1949 el peso abandonara el tipo de cambio de 4.85 pesos por dólar, que se había mantenido desde octubre de 1940, sustituyéndose por el de 8.65 pesos por dólar.
12. Samuel Schmidt, op. cit. p. 15.
13. "...el periodo alemanista se distingue por la gran corrupción que se da entre los funcionarios públicos, de tal manera que varias familias -entre ellas la del propio Alemán- (a las) que 'la revolución les hizo justicia', se van a colocar entre las (...) más ricas del país. Este elemento, junto con la activación del sector público vienen a mostrar el intento de Alemán de aburguesar a la Burocracia Política, lo cual da como resultado que el Estado pase a defender los intereses de la burguesía y la burocracia política como intereses comunes. Así, Estado y clase se unen limitando la autonomía del primero". Ibid p. 20.
14. Véase Arnoldo Martínez Verdugo, PCM, trayectoria y perspectivas, p.p. 43-44.
15. Véase Luis Medina, Historia de la Revolución Mexicana, tomo 20, p. 139.
16. En efecto, a partir de esa década el anticomunismo se convirtió en uno de los elementos de la política del partido oficial. Véanse, por ejemplo, las siguientes palabras del señor Sánchez Taiboada presidente del PRI en 1947: "Declaramos con decisión y claridad que no somos comunistas y que no seremos comunistas; que sobre todas las cosas amamos la libertad y no aceptamos ningún imperialismo; que afirmamos nuestro credo y nuestra con

vicción por la democracia y que estamos dispuestos a luchar al lado del pueblo, incluso en contra de quienes, haciendo alarde de malabarismos verbales, tienden a imponer ideas que no están acordes con la realidad mexicana". Citado en *ibid*, p. 178.

17. Mediante este pacto, los representantes obreros "se comprometieron a suspender las propuestas por el alza de los precios y a no exigir reivindicaciones que demandaban los trabajadores. Además se estableció una comisión obrero-patronal con facultades para suspender cualquier huelga durante diez meses. Tan sólo en la Ciudad de México este procedimiento se empleó en 164 conflictos". Raúl Trejo Delarbre, Reseña del Movimiento Obrero Mexicano (1900-1975), citado por Samuel Schmidt, *op. cit.* p. 22.
18. *Ibid.*, p. 25.
19. *Ibid.*, p. 24.
20. Conscientes de las ventajas que esta nueva política del Estado hacia la radiodifusión tendría para ellos, los concesionarios tomaron especial empeño en fortalecer sus buenas relaciones -- con las autoridades. Al respecto, la circular número 24 de la CIR (21 de diciembre de 1944) firmada por Luis de la Rosa, es significativa: "Con el objeto de coordinar en lo mejor posible toda campaña de publicidad que en lo sucesivo se solicite (...) a cada estación radiodifusora por parte de cualquier organismo de carácter oficial, rogamos a ustedes lo comuniquen a esta Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión con el fin de que pueda trazar un plan colectivo que beneficie tanto a la propia campaña de que se trate como a la misma industria; ya que al haber una mayor armonía y comprensión en todo esto se fortalecerán aún más los lazos de unión defendiendo así nuestros propios intereses". (Radiolandia, No. 124, 12 de enero - 1945, p. 4). Asimismo, la circular número 31 de la citada cámara exhortaba a los radiodifusores a cooperar con el gobierno en la campaña de alfabetización que se inició ese año "con el

propósito de que la Industria del Radio (diera) una demostración a la Nación de verdadero entusiasmo por fomentar las buenas relaciones y la ayuda al Estado". Radiolandia No. 133, 23 de marzo de 1945, p. 6.

21. Un ejemplo de esto fue la demanda presentada por el señor Rubén Loera contra la XEFO por la cantidad de \$100,000.00 debido a que, según el demandante, no se le habían pagado sus sueldos y "otras prestaciones" durante el tiempo que desempeñó el cargo de gerente de la XEFO. (Radiolandia No. 84, 3 de marzo de 1944, p. 3). El juicio fue ganado por Loera a quien la XEFO tuvo que indemnizar con \$60,000.00. AGN, Ramo Presidentes (Manuel Avila Camacho) exp. 568.3/122.

22. Boletín Radiofónico No. 32, 10 de octubre de 1947, p. 2. Antes de su venta, la XEFO había dado un giro radical a su programación y para entonces pasaba programas como "Quién es quién en la sociedad" y otros con noticias de "sociales". Asimismo, en febrero de 1946, cuando ya se insistía en la posibilidad de que la XEFO y la XEUZ pasaran a "manos privadas", los trabajadores de las estaciones del PRM que estaban afiliados al Sindicato Mexicano de Trabajadores de la Industria del Radio, afiliado a su vez a la Federación Mexicana de Trabajadores de la Industria y Comunicaciones Eléctricas, iniciaron gestiones ante el presidente de la República para que dichas estaciones pasaran al control de los trabajadores "toda vez que el partido no deseaba ya hacerse cargo de ellas". En una carta dirigida a Manuel Avila Camacho el 21 de febrero de 1946 y firmada por Rafael Galván, Secretario de Trabajo de la Federación Mexicana de Trabajadores de la Industria y Comunicaciones Eléctricas, se proponía al presidente de la República lo siguiente: que los trabajadores de las estaciones se hicieran cargo del pasivo de las mismas (\$215,000.00) y que la diferencia entre éste y el activo (\$300,000.00), cuyo monto era de \$85,000.00, les fuera otorgada a los trabajadores "como recompensa por el tiempo que han prestado sus servicios" a las estaciones. AGN. Ramo

Presidente (Manuel Avila Camacho) exp. 568.3/122.

23. El Departamento de Telecomunicaciones se creó el 13 de febrero de 1941. Posteriormente, el 7 de mayo de 1942, este departamento adquirió la categoría de Dirección General y empezó a funcionar como tal el 19 de julio de 1942.
24. Véase Virginia Salas Soto, Radiodifusores Comerciales en México.
25. Declaración conjunta de las secretarías de Hacienda y Crédito Pública, Relaciones Exteriores y Economía Nacional para explicar el acuerdo presidencial del 10 de julio de 1947. Boletín Radiofónico No. 19, 11 de julio de 1947, p. 1.
26. Ibidem.
27. Boletín Radiofónico No. 8, 25 de abril de 1947, p. 1. El primer lugar correspondía a Brasil con 200 mil receptores de radio importados por año. Otros países que adquirirían gran cantidad de estos aparatos eran Chile con 94 mil y Cuba con 60 mil.
28. Boletín Radiofónico No. 20, 18 de julio de 1947, p. 11.
29. Ibidem.
30. Ibidem.
31. Argoytia Ruíz... La Industria Electrónica en México. p. 34.
32. Boletín Radiofónico No. 20, 18 de julio 1947, p. 1.
33. En efecto, durante 1944, la SCOP facilitó a Radio Programas de México las instalaciones de la estación inalámbrica de Chapultepec para que pasara a través de 26 de sus afiliadas, el noticiero diario de la agencia Prensa Asociada.
34. A esta conferencia asistieron aproximadamente 100 delegados de países como Estados Unidos, Canadá, Cuba, Guatemala y Perú. A

la inauguración asistió el Director General de Telecomunicaciones de la SCOP, Ramón Cortés González, en representación -- del secretario del ramo Maximino Avila Camacho quien explicó - que esa secretaría daría a los radiodifusores toda clase de ayuda "para poner en obra todos los acuerdos que (la conferencia) adoptare, por considerarse que la industria de la radiodifusión está llamada a abrir nuevos horizontes de progreso que interesan de manera extraordinaria a nuestro país, donde es notorio el gran desenvolvimiento de esa sorprendente industria". A su vez, otro funcionario, Arturo García Formentí, que acudió en representación del regente de la ciudad, Javier Rojo Gómez, - expresó que "el Departamento del Distrito Federal, atento siempre a fomentar cuanto se relaciona con el progreso y la ciencia, prestará cuanto apoyo sea necesario para el auge en México de la industria de la radiodifusión". Finalmente, el doctor Luis de la Rosa, a nombre de la CIR, agradeció las facilidades otorgadas por las autoridades a la industria radiofónica y recordó que "los empresarios de la radiocomunicación comercial siempre han cooperado con el Gobierno, a cuya disposición ponen las estaciones para que los asuntos de interés nacional sean divulgados". Radiolandia No. 15, 13 de octubre 1944, p. 5.

35. Véase el capítulo X de este trabajo.
36. Radiolandia No. 84, 3 de marzo de 1944, p. 7.
37. Ibidem. (Subrayado mío: FMB).
38. Ibidem. (Subrayado mío: FMB).
39. Ibidem. (Subrayado mío: FMB). Esto, refleja, en buena medida la habilidad y el oportunismo políticos de los radiodifusores privados. Como se verá más adelante (capítulo X), éstos desarrollaron desde esta década una intensa lucha para que se derogara la disposición legal que ubicaba a la radiodifusión como un servicio público -cosa que finalmente lograron en 1960-, sin embargo mientras esta disposición existió, los industria--

les de la radio exigieron al Estado, cuando así les convino, - que éste respetara las prerrogativas a que tenían derecho al - estar considerada su actividad como servicio público.

40. Boletín Radiofónico, No. 21, 25 de julio 1947, p. 2.
41. Ibidem.
42. Radiolandia No. 124, 12 de enero 1945, p. 4. Los artículos mencionados se refieren a las transmisiones prohibidas: ataques al gobierno, asuntos de tipo religioso o político y engaños al público a través de publicidad que exagerara o falsificara las - propiedades de un producto.
43. Boletín Radiofónico No. 25, 22 de agosto de 1947, p. 4. (Subra yado mío: FMB).
44. Boletín Radiofónico No. 10, 9 de mayo de 1947, p. 4.
45. Ibid. p. 10.
46. Para los radiodifusores esta vinculación con las grandes cade nas estadounidenses constituía una muestra de la madurez de la radiodifusión mexicana: "...la difusión de nuestros valores - artísticos cobró un incremento insospechado desde que las prin cipales emisoras, con un acierto que las honra, se ligaron en cadena a los grandes sistemas radiofónicos representados en - los Estados Unidos por la CBS y la NBC. Desde entonces se ini cia lo que pudiéramos llamar el periodo de mayoría de edad de la radio mexicana, que sigue en ascenso. El poderoso elemento de divulgación que significan las dos citadas organizaciones - radiofónicas norteamericanas fue extraordinariamente provecho so para nuestros cantantes, compositores, etc." Boletín Radio fónico No. 26, 29 de agosto de 1947. p. 2.
47. Radiolandia No. 3, 28 de febrero de 1942, p. 3. En ese año, - la NBC contaba con un total de 120 afiliados en 20 países de - América Latina.
48. Radiolandia No. 15, 30 de septiembre de 1942, p. 3.

49. Ibid., p. 2.
50. Ponencia del licenciado José Luis Fernández en la Primera Conferencia Internacional de Radiodifusión. Radiolandia No. 116, 27 de octubre de 1944, p. 8.
51. Ibidem.
52. Ibidem.
53. Ibidem.
54. AGN, Ramo Presidentes, (Manuel Avila Camacho) Exp. 533/197. El telegrama esta fechado el 29 de octubre de 1946.
55. Antena No. 3, octubre de 1971, p. 3.
56. Boletín Radiofónico No. 50, 20 de febrero de 1948.
57. Boletín Radiofónico No. 56, s/f, p.p. 1-7. Además de estas -- decisiones la AIR determinó establecer una vigilancia de "las acciones de la BBC en América" y definir una política a seguir para oponerse a su influencia en este continente. Durante -- estos años, la AIR desplegó una intensa campaña contra esta or -- ganización radiofónica de la Gran Bretaña. Esto se debía al -- temor de los radiodifusores privados a que la BBC intentara -- "exportar" el "modelo europeo" a América. Por ello, en la Con -- ferencia Mundial de Telecomunicaciones celebrada en Atlantic City, E.U. en 1947, la AIR encargó a uno de sus delegados, el mexicano Emilio Azcárraga Vidaurreta, que encabezara la ofensi -- va de esta organización contra "la influencia" de la BBC en América. Y en efecto, Azcárraga acusó a la organización britá -- nica "de infiltrarse" en la radiodifusión americana. Asimismo el radiodifusor mexicano organizó, junto con delegados de Esta -- dos Unidos y otros países de América una serie de ataques con -- tra una proposición presentada por la BBC en el sentido de -- crear una organización rectora de la radiodifusión en el mundo. Esta funcionaría como un "comité consultivo que estudiaría y --

presentaría recomendaciones sobre asuntos técnicos de radio--- transmisión y métodos de las transmisiones internacionales e - intercambio de programas; prepararía, por medio de comités regionales, planes provisionales para todos los servicios de radiodifusión, los que serían sometidos a la consideración de - las conferencias internacionales, y aconsejaría a otras organi zaciones internacionales sobre asuntos no técnicos relacionados con la radiodifusión.

La formación de una organización que determinara prácticamente las características tanto técnicas como políticas que la radio difusión debía asumir en el mundo y en donde las concepciones de los radiodifusores privados corrieran el riesgo de ser derrotadas, no podía ser aceptada por éstos. Por esta razón, la AIR impugnó, hasta lograr su rechazo, la propuesta de la BBC - con el argumento de que ella era irreconciliable con los intereses de los países que operaban la radiodifusión bajo el sistema de "libre empresa". Incluso los delegados de la AIR afirmaron que la puesta en práctica de la proposición de la BBC - "sería desastrosa para América" pues "los ingleses se inclinan por el sistema de monopolio estatal" y éste "no tiene nada en común con la libre empresa". Boletín Radiofónico, Nos. 20 y 25 18 de julio y 22 de agosto de 1947, p. 1.

58. Boletín Radiofónico, No. 60, 7 de mayo de 1948. (Subrayado mío: FMB).
59. Ibid.
60. Ibid.
61. Véase, Boletín Radiofónico No. 66, 25 de junio de 1948.
62. Radiolandia No. 268, 10. de julio de 1949, p. 16.
63. Ibid. En este número (pp. 16-18) se encuentra el estudio realizado por la AIR para el caso de Guatemala.

64. Así, se produjeron las siguientes tesis de licenciatura en derecho: "La Radiodifusión en el Destino de América; una aportación a recalcar la necesidad de unificar las legislaciones de América en cuanto a los puntos básicos de la radiodifusión, - por Guillermo E. Salas; La libertad de pensamiento y la lucha por alcanzar este Derecho en la Industria del Radio, por Salvador Pliego Montes.

La Radiodifusión Comercial en la Legislación Mexicana, por Oscar Bravo Santos; La Radiodifusión Comercial ante la Administración Pública, por Mario Villela Mier; ¿La Industria de la Radiodifusión es un Servicio Público? por Eugenio Pasquel Molinar; y varias otras sobre temas similares. Además, los radiodifusores contaron con la asesoría jurídica de importantes abogados como Gabino Fraga.

65. Boletín Radiofónico No. 8, 25 de abril de 1947, p. 6.

66. Boletín Radiofónico No. 71, 24 de agosto de 1948, p.p. 1-8.

67. Al respecto véase la segunda sección del número 3 de la revista Nueva Política "El Estado y la Televisión". p.p. 95-178.

68. Boletín Radiofónico No. 20, 18 de julio de 1947. La AIR propuso en la conferencia de Atlantic que ésta incluyera entre sus resoluciones las siguientes (todas ellas, por supuesto, elaboradas por esa organización): "1) La Conferencia considera indispensable, para el fortalecimiento del orden democrático entre las Naciones y de los sistemas democráticos nacionales actualmente existentes, la proclamación y defensa efectiva del principio de libertad de emisión y recepción del pensamiento - por medio de la radiodifusión, aconsejando la adopción de las medidas que conduzcan a tales objetivos.

"2) No comprometen la responsabilidad internacional de los Estados que practican un régimen interno de libertad, las opiniones radiodifundidas por simples particulares y que se refieren a la política interior o internacional de otro Estado, sin perjuicio de las responsabilidades en que el emisor hubiera incu-

rrido. Ello no obsta a la adopción de medidas preventivas en casos excepcionales cuando fuere necesario para evitar grave conmoción del orden internacional o del orden interno de otro Estado". Boletín Radiofónico No. 13, 30 de mayo de 1947, p.1.

69. Boletín Radiofónico No. 12, 23 de mayo de 1947, p. 1. Los -- otros integrantes de la delegación eran Arturo Melgar, Lázaro Barajas y otros cinco funcionarios de la SCOP, dos miembros de la Secretaría de la Defensa Nacional y tres de la de Marina. Además iban como "observadores", los señores Emilio Ballí, -- José Luis Fernández, Juan C. Buchanan, Walter C. Buchanan, Juan Ruíz, Ignacio Díaz, Luis de la Rosa, Guillermo Morales Blumenkron, todos ellos de la CIR. Antes de la Conferencia, la SCOP invitó a los radiodifusores privados a una serie de reuniones para "ponerse de acuerdo acerca del contenido de las ponencias que México presentaría en Atlantic City". Boletín Radiofónico No. 6. 11 de abril de 1947, p. 1.
70. Radiolandia No. 41, 25 de junio de 1943, p. 3.
71. Véase "El Nacional", Columna "Radio" 6. y 13 de diciembre de - 1939, p. 7. 1a. sección.
72. Además de sus ya para entonces cuantiosas inversiones en la ra diodifusión, el principal dirigente de este grupo; Emilio Azcá rraga Vidaurreta, empezó, en esta década a intervenir en otros negocios. En marzo de 1944 compró al estadounidense Harry -- Wright los Estudios Churubusco, que se hallaban en construcción y en julio de ese mismo año se asoció con otro estadounidense Charles B. Woran Jr., para construir un complejo cinematográfi co que incluiría, en un terreno de 200 000 metros cuadrados, 14 estudios y edificios destinados a la administración y laboratorios. En esta sociedad una empresa de Estados Unidos lla mada R.K.O., Corporation tendría participación de 50% en las - acciones. Asimismo, Azcárraga había fundado un "circuito cine matográfico", "La Cadena de Oro", para distribuir películas, - formado por los cines Atlas, Acapulco, Bahía, Bucareli, Apolo,

Popotla, Estadio y Arcadia. Sin embargo, según el propio Azcárraga, los estudios Churubusco fueron "el negocio más malo" - que haya efectuado y le acarreó pérdidas de 6 millones de pesos que repuso, con dinero de la XEW. Posteriormente, incurrió en el ramo hotelero en el que en sociedad con el general Juan Andrew Almazán construyó los hoteles "Las Hamacas", "El Papagayo", y "Balboa". También irrumpió en las agencias de viajes donde, asociado con Clemente Serna Martínez, fundó "Viajes Azcárraga". Más adelante, ya en los años cincuenta participó con otros inversionistas como Nequib Simón en la "Ciudad de los Deportes" (Plaza de Toros "México" y "Estadio Olímpico") pero se retiró de la sociedad porque a ella "se habían incorporado políticos". Datos de Radiolandia, números 77, 14 de enero de 1944, p. 9; 85, 10 de marzo de 1944, p. 4; 102, 7 de julio de 1944, p. 1; 124, 12 de enero de 1945, p. 8, 10-11 y 537, octubre de 1955, p. 38.

73. Entre 1942 y 1945, Azcárraga efectuó constantes viajes a E.U. En agosto de 1942 acudió a Nueva York para comprar refacciones a la NBC. Allí se entrevistó con el presidente de esta organización, Niles Trammell, con el vicepresidente y gerente general de la misma, Frank E. Mullen y con John F. Royal, vicepresidente a cargo de las relaciones interamericanas de la NBC.
74. Radiolandia No. 84, 3 de marzo de 1944, p. 8. Por su parte - RPM afirmaba: "Nosotros, además de ofrecer programas a nuestras afiliadas, hacemos otra cosa que en este tiempo en que hay tantas dificultades tiene gran importancia. Nos preocupamos de facilitarles repuestos de piezas para el complemento y renovación de sus equipos a las emisoras y de solucionarles otros problemas que les surgen en su tarea diaria". Radiolandia No. 104, 21 de julio de 1944, p. 6.
75. Radiolandia números 95, 19 de mayo de 1944, p. 1; y 139, 4 de mayo de 1945, p. 1.
76. En efecto, ya desde fines de la década de los cuarenta, los sec

tores interesados en que la "iniciativa privada" condujera el desarrollo de la frecuencia modulada (f.m.) y la televisión - comenzaron a desarrollar en la prensa una campaña para convencer a las autoridades de que ambos inventos fueran puestos en manos del capital privado: "...el Gobierno debe estimular el esfuerzo privado, constructor de la potente industria mexicana. Porque aunque hemos elogiado el deseo de la Secretaría de Comunicaciones de ir mejorando, día tras día, el nivel educativo de la radio mexicana, creemos que es deber del Gobierno el contribuir al progreso incesante de nuestro radio facilitando con su ayuda a la iniciativa privada, la creación del clima -- favorable a la radio comercial, y también a la F.M. y a la televisión, que aunque tengan actualmente un radio de acción limitado, serán en un futuro no lejano, unas potentes industrias, a las que, hoy, hay que estimular para que el país no sufra un lamentable retraso en relación con otras naciones". Boletín - Radiofónico, No. 44, 9 de enero de 1948, p. 2. (Subrayado mio: FMB).

CAPITULO VIII

LOS INICIOS DE LA TELEVISION EN MEXICO

1) Los Antecedentes.

Los primeros experimentos de televisión en México se realizaron durante el gobierno del general Cárdenas. En 1935, según el señor Roberto Ramírez S.¹, el gobierno mexicano (cuyo interés en la utilización de los medios de difusión masiva ya fue señalado en el capítulo V de este trabajo) promovió este tipo de experimentos en las instalaciones de las estaciones del PNR: la XEFO y la XEUZ. -- Sin embargo, según Ramírez, "los designios burocráticos fueron la causa de que la iniciación del video en México fuera tan sólo un intento".²

En esos años el ingeniero Guillermo González Camarena³ llevaba también a cabo experimentos de televisión. En 1934, ayudado por las actrices radiofónicas Emma Telmo y Rita Rey, entre otras, realizó varios programas de televisión, González Camarena prosiguió con éxito sus experimentos en su laboratorio denominado "Gon-Cam" (las primeras sílabas de sus apellidos) y logró desarrollar en --- 1939 bajo el patrocinio "de una compañía vinícola de Chihuahua"⁴ - un sistema de televisión a colores. Este (llamado "tricromático" - por estar basado en los colores verde, rojo y azul) fue patentado en México y en el extranjero y estuvo en uso en E.U. por varios -- años hasta que fue sustituido por el sistema "Bicolor Simplificado". No obstante, el invento sirvió de base para los posteriores sistemas de T.V. a color.⁵

En 1946, González Camarena estableció una estación experimental de T.V., la XHIGC, ubicada en Havre 74, con permiso oficial de la SCOP. A la transmisión inaugural asistió el Director de Telecomunicaciones Fernando Ramírez y en ella intervino como locutor el señor Luis M. Farías, entonces locutor de la XEW. Esta emisora trabajó durante 2 años transmitiendo programas todos los sábados de las 20:30 a las 21:00 horas en blanco y negro, mismos que eran captados por 12 aparatos receptores distribuidos en diversas partes de la ciudad. Asimismo, González Camarena instaló, para fines de investigación, un "circuito cerrado" que iba de su casa a la XEW y que funcionó de 1946 a 1950.

A partir de 1947, una vez que sus investigaciones habían llegado a un elevado nivel técnico y cuando los industriales de la radiodifusión desarrollaban ya una serie de actividades politicas -- tendientes a subsumir a la televisión a los intereses del capital, González Camarena se dedicó a promover la comercialización de ésta. Así, instaló "circuitos cerrados" de televisión en los más elegantes centros comerciales y en los principales cines de la capital. Ahí, se invitaba a los compradores y a los transeúntes a mirar su imagen en el aparato televisor y se anunciaban diversos productos. Esto, por cierto, no era de ninguna manera extraño, Los radiodifusores privados, convencidos de que la televisión debía tener el mismo destino comercial que la radio, habían empezado a desarrollar un conjunto de acciones, tanto políticas como técnicas, tendientes a imponer su proyecto. Incluso, varios de los técnicos más capaces, como José de la Herrán, pionero de la radiodifusión y constructor de la XEW y de la XEWW habían recibido instrucciones -

de sus empresas de dedicarse "por completo a experimentos de televisión comercial."⁵

Pero los planes para incorporar a la televisión a la explotación comercial no se limitaban a los experimentos técnicos. En --- 1944 el industrial Cecilio Ocón, asociado con el doctor Lee de Forest, estadounidense inventor del bulbo eléctrico y descubridor del electrón, intentó obtener del gobierno la primera concesión para - operar una estación televisora. De Forest llegó a México ese año - con el fin de iniciar los estudios para la construcción de ésta. - Durante su visita se entrevistó con el presidente Avila Camacho y con el secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet.

En su audiencia con el presidente, celebrada en el Palacio Na- cional, De Forest "habló ampliamente (...) sobre la instalación -- (de la) televisión en México, que dedicará sus actividades a cues- tiones comerciales."⁷ Ante ello, "el general Avila Camacho ofre- ció su amplia cooperación y (afirmó que) cuando se inaugure (la -- primera estación) que se instale aquí, asistirán funcionarios de - su gobierno y probablemente él mismo".⁸ Asimismo, durante su visi- ta a la SEP, De Forest recibió, de parte del secretario del ramo, la promesa de contar con el apoyo de esa dependencia.

Pero el proyecto de Lee De Forest no se reducía a la instala- ción de una estación de T.V. asociado con Cecilio Ocón. Además de esto, planeaba abrir en México un "centro de estudios de televi- -- sión y electrones" que llevaría el nombre de Escuela Electrónica - Americana, a la cual podrían inscribirse alumnos provenientes de - cualquier país del continente. Asimismo, el inventor estadounidense pensaba instalar también una fábrica productora de aparatos de te- levisión:

"Según declaraciones del sabio norteamericano, en México existen todas las ventajas necesarias para establecer una fábrica de aparatos de televisión, pues en su tierra, Estados Unidos, por motivos de la guerra, no se permite fabricar ni radios ni otros artículos similares, ya que todas las fábricas están dedicadas al esfuerzo bélico. Por otra parte, a través de la cooperación de los señores Cecilio Ocón y John Mitchel, se ha logrado obtener aproximadamente un millón de pesos entre capitalistas particulares de México, lo que representa casi la mitad de lo que costaría la planta que se montaría aquí para fabricar los aparatos de televisión antes mencionados. La realización de este centro fabril ha contado con el apoyo del Señor Presidente de la República..."⁹

Incluso, De Forest planeaba radicar definitivamente en México a partir de octubre de 1944, fecha en que pretendía reunir el capital necesario para la instalación de la estación de televisión, la escuela y la fábrica mencionadas. Sin embargo, hacia enero de 1946, surgieron algunos problemas en la sociedad Ocón-De Forest a tal grado serios que el científico estadounidense dirigió, el 14 de ese mes, un telegrama al presidente Avila Camacho en el que le solicitaba ayuda para 'protegerse de Cecilio Ocón':

"Un distinguido americano, cuya reputación y comprobada competencia en el campo electrónico son internacionalmente reconocidas, ha ofrecido en repetidas ocasiones sus conocimientos y servicios y ha manifestado su deseo de dedicar sus restantes años de vida al establecimiento de una industria de radio y electrónica en México, pero todos sus esfuerzos han sido eficazmente frustrados por cierto individuo de nombre Cecilio Ocón, cuyas ilegales amenazas han disuadido a elementos mexicanos honorables tales como Eduardo B. Jiménez de ejecutar proyectos que he delineado para acción inmediata en esta capital. Si esta petición que hago a Vuestra Excelencia es infruc

tuosa para obtener su protección contra las maquinaciones de Ocón, me veré obligado, con todo sentimiento, a abandonar todos mis planes en los cuales usted mismo se ha servido tomar un vivo interés para esas empresas mexicanas e internacionales y regresaré con todo pesar a Estados Unidos."¹⁰

Como respuesta a este mensaje, el presidente Manuel Avila Camacho giró instrucciones a la Secretaría de Economía para que "protegera al señor De Forest". El ingeniero Gustavo P. Serrano, secretario de esa dependencia informó al presidente que De Forest -- "ya había acudido a esa dependencia para quejarse de Cecilio Ocón", pero que dicha secretaría no había considerado intervenir pues se trataba de un asunto que ya estaban ventilando las autoridades judiciales.

Pero a pesar de sus conflictos con Ocón, De Forest no desistió de sus intenciones de crear una empresa televisora en México. Así, en abril de 1946 el presidente Avila Camacho recibió la notificación de que el 18 de marzo de ese año se había constituido la "sociedad mexicana" Lee De Forest de América, S.A. de C.V. Esta notificación fue hecha por el señor Javier Santibáñez, gerente de la empresa quien, asimismo, anunció los objetivos de ésta:

"...la producción en México, D.F., de diversos tipos de aparatos electrónicos para la profesión médica, para aviación y -- usos domésticos y posteriormente el establecimiento y explotación de estación de televisión a colores naturales (...) para todo lo cual esta empresa utiliza las partes y las patentes del citado científico para el consumo nacional y exportación, bajo el nombre y dirección técnica del inventor con lo cual nos sentimos seguros de impulsar eficazmente con métodos hasta hoy desconocidos a nuestra industria electrónica de México. Esta compañía es íntegramente mexicana en cuanto a voz,

voto y capital y con tales principios mucho le agradeceremos indicarnos si podemos contar con el valioso apoyo de su gobierno dadas las finalidades verdaderamente beneficiosas que para la economía de nuestro país representa esta nueva industria."¹¹

Era evidente, según el texto anterior, que a De Forest le interesaba fundamentalmente la televisión, pero ante la imposibilidad de obtener de inmediato una concesión para operar comercialmente este medio de difusión, el inventor estadounidense había establecido una empresa de artículos electrónicos en general para en el futuro, una vez obtenida la concesión, dedicarse plenamente a la televisión.

Durante 1947 y 1948, De Forest insistió en sus intentos por obtener una concesión para operar comercialmente estaciones de televisión. En el transcurso de esos años el señor Javier Santibáñez, gerente de la empresa de Lee De Forest envió al presidente Miguel Alemán Valdés gran cantidad de telegramas y cartas solicitándole facilidades para obtener una concesión e incluso proponiendo que "todos los inventos y descubrimientos que De Forest hiciera fueran patentados bajo control mexicano."¹²

Sin embargo, no era De Forest el único estadounidense que se interesaba en obtener una concesión para establecer estaciones comerciales de televisión en México. Por el contrario, había muchos más interesados en ello, mismos que se dirigían a la presidencia de la República solicitando apoyo para tal fin. Ejemplos de esto, son los casos de los señores David Young (Senador en Estados Unidos) quien se ofreció a "colaborar con el gobierno de México, para explotar comercialmente la televisión" dado que, por su puesto en el Senado, -

estaba "ampliamente conectado con las compañías que explotaban la televisión en Estados Unidos"; o del señor Lew Wallace quien se -- identificaba como "representante de la industria de la televisión en Estados Unidos", específicamente de la empresa "Tele-Shows". Wallace dirigió, en diciembre de 1946, una carta al presidente Miguel Alemán Valdés, en la que "se ponía a las órdenes" del gobierno para "colaborar" en la instalación de la televisión comercial -- en México:

"Como representante de la industria de televisión en Estados Unidos, me tomo la libertad de pedir a usted sus puntos de -- vista sobre la televisión en México. Tengo gran interés en saber cuando considera usted serán erigidas estaciones de televisión en su país y las clases de programas que se espera televisar. También estaría interesado en saber si los programas de televisión serán sostenidos comercialmente.

"Si puedo ser útil a México en el campo de la televisión, que daría muy honrado si usted se sirve llamarme."¹³

Pero no obstante su insistencia en lograr obtener una conce-- sión para explotar comercialmente la televisión, ninguno de los solicitantes estadounidenses pudo obtenerla. Aunque el gobierno de México siempre les ofreció apoyo para proyectos como los de "contribuir a la instalación de fábricas para construir aparatos de televisión y equipo electrónico", nunca les había garantizado que les otorgaría facilidades para conseguir las mencionadas concesiones. Esto último no era posible debido, por una parte, a que la legislación mexicana relativa a las comunicaciones eléctricas establecía claramente la prohibición de otorgar concesiones a extranjeros y, por otro lado, porque justamente en esos años, diversos empresarios

mexicanos habían comenzado a tener entrevistas con las autoridades con el fin de solicitar concesiones para establecer estaciones de televisión comercial.

Uno de esos empresarios era el magnate de la radiodifusión -- Emilio Azcárraga Vidaurreta quien también en 1946 había solicitado a la SCOP una concesión. Sin embargo, esta dependencia no había da do respuesta afirmativa a la petición de Azcárraga, por lo que éste, a unos días de terminar el gobierno de Manuel Avila Camacho, - el 19 de noviembre de 1946, dirigió al presidente un telegrama mediante el cual trataba de obtener su ayuda para acelerar los trámi tes tendientes a obtener una concesión para operar estaciones co merciales de televisión y en el cual, además, hacía una invitación personal al presidente Avila Camacho para que "asistiera a la cere monia de firma de la concesión:

"Ante (la) Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas he - solicitado otorgamiento (de una) concesión (para) instalar y operar estaciones de televisión. (El) señor ingeniero Martí-- nez Tornel (Secretario de Comunicaciones: FMB) me ha brindado toda clase de facilidades a fin (de que la) concesión (que se ría la) primera de este tipo en América Latina pueda ser fir mada (por el) gobierno (que) dignamente preside usted. Atenta mente suplícole autorizarme (para) dar (al) acto (de la) fir ma (de la) concesión, publicidad y solemnidad (a través) de - todos los medios posibles (en) virtud (de que) traerá gran re sonancia internacional. (Asimismo), permítome rogarle su per sonal participación (en) dicho acto. (El) trámite hase con--- cluído (ante la) Secretaría de Comunicaciones, previa opinión (de la) Comisión Federal de Planeación y Vías (Generales de - Comunicación) por lo que es de interés (para el) país y (de) conveniencia nacional (el) establecimiento (de) este novísimo tipo (de) comunicaciones. Por último, respetuosamente suplí--

cole autorizar (la) dispensa (del) trámite (de esperar un) --
plazo (de) treinta días (a) partir (de la) publicación (de la
autorización de la concesión al que) refiérese (el) párrafo -
segundo (del) artículo quince (de la) Ley de Vías Generales -
de Comunicación (en) virtud trátase (de las) primeras conce--
siones (en estos) nuevos servicios, no existe posibilidad (de)
afectar intereses de terceras personas. Con este mismo motivo
temiendo abusar (de) su amabilidad me permito pedirle me con-
ceda audiencia (en el) día y (la) hora (que) tenga a bien de-
terminar."¹⁴

Como puede observarse, la intención de Azcárraga Vidaurreta -
era muy clara: estando a sólo 19 días de la finalización del go---
bierno de Avila Camacho, era necesario acelerar los trámites para
obtener la concesión, pues de lo contrario habría que comenzar nue
vas negociaciones con el gobierno entrante, las cuales podrían pro
longarse por un tiempo indefinido. De ahí la prisa de Azcárraga Vi
daurreta por obtener la concesión y por que se le dispensara del -
trámite que establecía el artículo 15 de la Ley de Vías Generales
de Comunicación, según el cual, después de que la SCOP analizara -
una solicitud de concesión, debía publicarla, a costa del interesa
do -en caso de que hubiera sido aprobada-, en el Diario Oficial --
dos veces en un lapso de 20 días. Después de la última publicación,
debía esperarse un mes antes de otorgar la concesión, a fin de que
las personas que pudieran resultar afectadas por ésta presentaran
sus observaciones.

Sin embargo, el presidente Avila Camacho no podía tomar la de
cisión de otorgar una concesión tan importante a unos cuantos días
de finalizar su sexenio. Ello por varias razones: en primer lugar
el nuevo gobierno podía impugnar esa decisión y, por otro lado, --

otorgar la concesión en esas circunstancias podría despertar serias dudas acerca de la honradez del gobierno. Además, el presidente había recibido la recomendación de "no precipitar el asunto" -- por parte del Secretario de Comunicaciones, ingeniero Pedro Martínez Tornel (que había sustituido al general Maximino Ayila Camacho en ese puesto). Tal observación era respuesta a una consulta del presidente hecha por éste después de haber recibido el telegrama de Emilio Azcárraga Vidaurreta:

"En atención al correograma (...) de 21 de noviembre de 1946 en el que me ordena proporcionar informes sobre petición que hace el C. Emilio Azcárraga, de esta Ciudad, al C. Presidente de la República, manifiesto a usted que efectivamente esta Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas ha concluido el trámite sobre concesión para instalar y operar una Estación de Televisión, habiendo escuchado primeramente la opinión de la Comisión Técnica Consultiva de Transportes; pero tratándose de dispensar trámites de plazos fijados por la Ley Federal de Vías de Comunicación, esta Dependencia es de la opinión -- que no debe festinarse el asunto."¹⁵

Otro de los solicitantes mexicanos de concesiones para explotar comercialmente estaciones de televisión, fue la empresa "Radio-Televisión de México, S.A." sociedad formada por los señores general Gonzalo J. Escobar, José Manuel Crovetto, ingeniero Guillermo González Camarena, Alberto Rolland y el licenciado Julio Santos -- Coy. Esta empresa tenía, como puede verse a continuación, planes sumamente ambiciosos, mismos que fueron manifestados a la presidencia de la República el 27 de octubre de 1948, a través de una carta. Tales planes eran los siguientes:

a) Establecer una planta para fabricar equipos transmisores --

de televisión y aparatos receptores de radio-televisión. En--
 tos últimos estarán al alcance de todas las fortunas, ya que
 se construirá desde el más sencillo y económico al más costo-
 so y elegante; deseamos, en una palabra, que la televisión es
té en todos los hogares de México. Contamos, para llevar a ca
bo nuestro propósito con la colaboración de nuestro socio y -
 director técnico, ingeniero Guillermo González Camarena...

2). "Radio y Televisión de México, S.A. se propone construir -
 una estación transmisora de televisión en el Distrito Federal
 con fines de explotación comercial y cultural. Esta estación
 será una de las primeras que se establezcan en América Latina,
 y por tanto un motivo más de orgullo para México. ¹⁶

Los planes de la empresa requerían, según los socios de la --
 misma, de un gasto "de varios millones de pesos" motivo por el ---
 cual necesitaban "de la ayuda del señor presidente" para que les -
 brindara garantías, protección y facilidades en una inversión tan
 cuantiosa. Para lograr esa protección solicitaban nada menos que -
 lo siguiente:

"...en otros países, principalmente en los Estados Unidos e -
 Inglaterra, la televisión ha tenido un gran desarrollo, cada
 día se establecen más estaciones televisoras y se fabrican, -
 en gran escala, aparatos receptores de televisión, por ello,
 cuando nuestra Sociedad establezca su primera estación trans-
 misora empezarán a fluir las compañías a la República, con el
 objeto de armar y vender sus aparatos receptores y equipos --
 transmisores, y nuestra Sociedad se verá en una situación de
 desventaja respecto a la venta de sus productos, no por la ca
lidad de sus productos, que serán los mejores por ser fabrica
 dos bajo la dirección del mejor técnico de América que es me-
 xicano, con capital mexicano y para mexicanos, sino porque di
chas compañías pueden, a base de dinero, establecer una compe
tencia desleal. Por ello suplicamos a usted se nos conceda --
concesión para que nuestra Sociedad sea la única que pueda fa-

bricar y vender esos aparatos en un espacio mínimo de cinco años contados a la fecha en que nuestra planta esté en capacidad de producir. Transcurriendo ese plazo estamos seguros de competir, a base de calidad, contra el dinero de las compañías de origen extranjero, ya que habremos acreditado con creces nuestros equipos transmisores y aparatos receptores.

"Además, por tratarse de una industria nueva que dará gran prestigio al país, pedimos de la manera más atenta se nos conceda excención de toda clase de impuestos, incluyendo los aduanales para importar maquinaria y piezas que no se puedan fabricar en la República.

"Por lo que se refiere a la segunda parte de nuestro programa, o sea la construcción y explotación de una estación radiotransmisora de televisión, suplicamos a usted, de la manera más atenta, se sirva girar instrucciones a la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas para que, previos los trámites legales, se nos conceda concesión por cincuenta años para establecer la estación a la que nos hemos referido con fines de explotación comercial."¹⁷

Asimismo, otras empresas y personas solicitaron concesiones para operar comercialmente la televisión. Entre ellas destacan la productora de cine Posa Films, S.A. propiedad de Santiago Reachi que solicitó concesión en mayo de 1948 y el señor Eduardo Aguilar quien en 1949 hizo su solicitud para instalar una televisora comercial en Tijuana.¹⁸

Como puede observarse, durante los años cuarenta, diversos empresarios preparaban ya fuertes inversiones con el objeto de "ser los primeros" en instalar la televisión en el país. Incluso en las páginas de los periódicos podían leerse notas como esta;

"Aunque se guarda gran reserva sobre ello, conocemos algunos proyectos interesantes que colocarán a nuestro país en lugar

destacadísimo de la nueva industria. Desde hace algunos meses se han hecho proyectos y se han gastado muchos millares de pesos en estudios para conocer las posibilidades televisoras de México y para poder contar con los mejores equipos y la mejor organización para que nuestros futuros televisores (sic) puedan hallar todo cuanto deseen.¹⁹

O como esta:

"En la parte financiera y de negocios, hay que decir que la televisión está siendo esperada con verdadera impaciencia; para ella se tienen listos muchos millones de pesos; en estos momentos debe haber más de veinticinco."²⁰

Y era tal la seguridad de los radiodifusores en que la televisión tendría un destino comercial, que en 1948 Emilio Azcárraga -- anunció que el edificio "Radiópolis" (la "Ciudad del Radio") ya no albergaría los estudios de XEW y XEQ, sino que se destinaría a la televisión, "aspecto en el que el señor Azcárraga tiene proyectos y propósitos bien definidos."²¹

Igualmente, en 1949, el empresario Rómulo O'Farril viajó a Estados Unidos para recorrer las fábricas RCA, Dumont y General Electric, a fin de seleccionar equipo para la estación "MEX-TV-NOVEDADES" que pensaba inaugurar en un plazo de un año.²²

2) La Actuación Política de los Radiodifusores.

Ciertamente, entonces, los empresarios interesados en obtener concesiones para operar comercialmente la televisión no se encontraban ya ante problemas técnicos o económicos para realizar su propósito. El problema era fundamentalmente político y se relacio-

naba directamente con el Estado: ¿cómo hacer que éste definiera a la televisión como una vía general de comunicación susceptible, al igual que la radio, de ser concesionada a los particulares?

Así lo entendía el ingeniero González Camarena cuando después de realizar un "experimento público" de televisión en el vestíbulo del Cine Alameda con material totalmente hecho en México, declaró:

"(el objetivo del experimento) fue hacer una pública demostración del grado de madurez en que la televisión se encuentra - en nuestro país."

"...todo el material necesario para poner en marcha una estación televisora, puede hoy hacerse en México."

"Asimismo podemos fabricar los aparatos con pantalla receptora que no resultarían más caros que los buenos receptores que actualmente se emplean (...) para oír el Radio".

"(Pero la T.V. no se inicia aún por) falta de concesión oficial que hace tiempo tenemos solicitada de la Secretaría de Comunicaciones. Tan pronto como aquella llegue, la industrialización será un hecho, como ahora lo es esta prueba o demostración pública de nuestra perfecta capacitación."²³

Asimismo el gerente de la XEW, el señor Othón Vélez, afirmaba:

"(Para echar ^{a andar} la T.V.) sólo nos falta el permiso del Gobierno. Nosotros estamos preparados...Seis meses después de que nos sea firmada la concesión habrá programas televisados en - - - XEW."²⁴

Ante esta situación, los radiodifusores comenzaron a desplegar una gran actividad política en México y en todo el continente. En el plano nacional recurrieron al efectivo recurso de las entrevistas personales con los funcionarios del Estado para solicitarles tuvieran una actitud favorable para la instalación de televisoras comerciales. Así se entrevistaron en repetidas ocasiones con -

el Secretario de Comunicaciones, Agustín García López. En enero de 1948, durante una de esas visitas, los representantes de la CIR indicaron a García López que habían recibido "numerosas cartas" de los afiliados a la Cámara en las que se les pedía se entrevistaran con este funcionario a fin de solicitarle que se activaran las peticiones de concesión, hechas por varios radiodifusores del país, para operar televisoras comerciales. Según los dirigentes de la CIR el "retraso" en el otorgamiento de las concesiones provocaba "desconfianza" entre los radiodifusores para invertir en la televisión, lo que, en última instancia, perjudicaba al país pues se retrasaba la puesta en funcionamiento en México de tan importante invento. Por ello, los radiodifusores solicitaban "seguridades" para la industria de la radiodifusión, pues ésta necesitaba de un clima de confianza:

"(Los radiodifusores interesados en la T.V. comercial, deben tener la seguridad) de que se concederán las garantías suficientes para que (...) puedan arriesgar sus capitales, marchando al ritmo de la evolución radial, y puedan hacer inversiones en costosos equipos de televisión, contando con la garantía de una concesión que determine las obligaciones y los derechos, porque en un ambiente de inseguridad se produciría un lamentable retraso que colocaría a México en lugar de evidente inferioridad en relación con los grandes centros radiofónicos del mundo.

"Ahora más que nunca, nuestra industria debe tener ayuda, no la interferencia gubernamental, porque aunque la televisión está en su infancia, es el momento de colocarnos en los primeros lugares de la televisión internacional."²⁵

A estas peticiones, el secretario de la SCOP respondió que estudiaría detenidamente el problema de la televisión y pidió a los

radiodifusores le proporcionarán mayor información acerca de sus proyectos para instalar la televisión en México a fin de dar una mejor solución al asunto.²⁶

Asimismo, Emilio Azcárraga Vidaurreta sostuvo entrevistas con el presidente Miguel Alemán Valdés para "exponerle sus planes acerca de la televisión". Esto puede observarse en el telegrama dirigido al secretario particular del presidente Rogelio de la Selva el 7 de diciembre de 1949:

"Hace varios días tuve la gran satisfacción de conversar con el señor presidente quien me permitió exponerle mis planes sobre televisión, manifestándome su entusiasmo por verla realizada y porque yo continúe con mis proyectos que cubren el Distrito Federal, Tlaxcala, Puebla, Veracruz y los estados del sureste. Me indicó verlo el día 15 de los corrientes (...) para recibir sus instrucciones..."²⁷

Por lo que toca al ámbito internacional, los radiodifusores mexicanos encabezaron la creación de una asociación latinoamericana que impulsara el desarrollo de la televisión comercial en esta parte del continente. La idea fue propuesta por Emilio Azcárraga en la ciudad de México durante el Primer Congreso Interamericano de Radio celebrado en octubre de 1946. En esta reunión se sentaron las bases de la que un año después, en una reunión de los radiodifusores en Buenos Aires, Argentina, se constituyó oficialmente como "Televisión Asociada". El objetivo de esta organización sería el siguiente:

"...obtener derechos musicales, literarios y artísticos; patentes, informaciones, materiales, programas, permisos, concesiones, legislaciones, intercambios, y cuanta aportación sea conveniente y posible y esté relacionada con el uso comercial y cultural del fascimile y la televisión, sin perjuicio de am

pliar sus operaciones cuando los asociados lo estimen conveniente.

"En todas sus actividades, la organización se mantendrá al -- margen de la política y las orientaciones filosóficas y religiosas".²⁸

Como dirigentes de "Televisión Asociada" fueron electos: Emilio Azcárraga Vidaurreta, Presidente; Clemente Serna Martínez, Vicepresidente; Goar Mestre (de Cuba), Secretario y Raúl Fontaine -- (de Uruguay), Tesorero.²⁹ Con la creación de esta organización, -- los radiodifusores más fuertes de latinoamérica, pretendían formar un frente común, similar a la AIR, pero dedicado a fines mucho más específicos y coyunturales que ésta, haciendo a un lado o colocando en segundo término la competencia por conquistar los mercados -- televisivos de latinoamérica.

Dentro de esta competencia ocupaban el lugar central Goar Mestre y el grupo Azcárraga. Aquél, en efecto, había realizado constantes viajes a Nueva York a fin de visitar las principales empresas productoras de material para radio y televisión y entablar negociaciones con estas para impulsar la televisión comercial en Cuba. Mestre confiaba, según sus propias palabras, en que "muy pronto Cuba tendría T.V. y que esperaba que en fecha próxima (...) estuviera a la cabeza de esa moderna industria en latinoamérica".³⁰

A su vez el grupo Azcárraga, con una visión muy clara de la -- forma en que iba a emplear la televisión, había comenzado a establecer contactos en diversos países de latinoamérica a fin de abrir en ellos mercado para películas filmadas especialmente para la televisión que Azcárraga pensaba producir:

"...el gerente de Radio Programas de México, Clemente Serna - Martínez, tratará en Brasil de la producción de películas de 16 milímetros con destino a las estaciones televisoras.

"Esta noticia viene a confirmar (...) la preocupación que han tenido por la televisión algunos hombres de nuestra radio (para planear) el futuro de lo que será una potente industria.

"El empleo de las películas en los programas de televisión, - que ya habían estudiado los hombres de nuestra industria, está siendo realizado en Estados Unidos e Inglaterra. En el --- país del norte ya se han constituido compañías especiales cinematográficas con objeto de producir exclusivamente películas para la televisión..."³¹

Sin embargo, esta competencia no impidió que los grandes radiodifusores de latinoamérica unieran sus esfuerzos, en 1947, para tratar de conseguir una venta masiva de aparatos receptores de televisión por parte de las grandes empresas electrónicas de Estados Unidos. Esta venta, empero, no pudo realizarse en el momento en -- que los radiodifusores de latinoamérica la solicitaron a las empresas estadounidenses. Ello se debía a que, en ese año, las principales productoras de receptores de televisión (Laboratorios Du Mont, RCA, Westinghouse, General Electric) habían interrumpido la producción de estos aparatos en espera de que la Comisión Federal de Comunicaciones dictaminara acerca de la petición de la empresa CBS - para operar comercialmente la televisión a colores. Lo que las empresas productoras deseaban saber era si debían fabricar aparatos en blanco y negro o a colores. La Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos rechazó la petición de la CBS aduciendo que el sistema que ésta pensaba utilizar no era aún el mejor que podría lograrse y que, en el futuro, podía desarrollarse uno supe--

rior, por lo cual exhortó a esa empresa "a continuar sus experimentos".³²

La Comisión tomó esta decisión debido a que tanto RCA como -- CBS habían desarrollado simultáneamente un sistema de televisión a color, sin embargo esta última se adelantó a registrarlo con las -- consecuentes protestas de RCA a las cuales se sumó J.R. Poppele, -- presidente de la "Asociación de Televisión de E.U."³³ Al parecer la Comisión no quiso actuar favoreciendo a una de las cadenas televisoras y perjudicando a otra. Además, tampoco quiso afectar los -- intereses de las productoras de aparatos receptores, que veían en la aprobación acelerada de la televisión a colores por parte de la Comisión un riesgo de que los aparatos de este tipo que fabricaran fueran a ser superados en poco tiempo por otros más modernos, mismos que indudablemente deberían producirse en un futuro cercano de la vez que los experimentos seguirían:

"La industria hacía meses se encontraba sumida en la incertidumbre. No se decidía a construir nuevos receptores porque no sabía si deberían ser en blanco y negro o a colores. La decisión de la comisión según algunos expertos ha venido a despejar el ambiente, pues ya no corren el peligro de que el equipo que fabriquen se desoche por anticuado al poco tiempo de -- construído."³⁴

Por otro lado, para lograr una expansión acelerada de la televisión, se requería que hubiese una compra masiva de aparatos receptores, y esto tenía muchas más posibilidades de lograrse con la venta de televisores en blanco y negro por ser de un precio más bajo. Así pues, la Comisión Federal de Comunicaciones tenía que adoptar una decisión que protegiera el futuro de la televisión en Estados Unidos aun a costa de momentáneamente los intereses de

una poderosa cadena televisora. Había que esperar a que la televisión en blanco y negro agotara todas sus posibilidades y sólo entonces sería conveniente introducir el color. Mientras tanto -- según la Comisión-- debían continuarse las investigaciones en este -- campo, no sólo para conseguir un mejor sistema de televisión a colores, sino incluso para abaratar el costo de producción de los -- aparatos receptores y colocarlos en un mercado mucho más amplio.

Por todo lo anterior, la decisión de la Comisión Federal de -- Comunicaciones fue aprobada de manera casi unánime por los productores de aparatos de televisión de Estados Unidos. Por ejemplo, -- Allen B. Du Mont, propietario de Laboratorios Du Mont, afirmó que "la Comisión y su cuerpo de ingenieros y técnicos deben ser felicitados por el acertado análisis de la situación existente. Al fabricar sólo aparatos en blanco y negro, la producción de receptores -- para 1948 será más del doble en vista del fallo mencionado."³⁵ Por su parte G.R. Poppele, presidente de la Asociación de Televisión, afirmó que la decisión tendría "grandes resultados para apresurar la expansión del servicio de televisión para el público". Además -- indicó que "como resultado del fallo de la Comisión, el público podrá esperar el aceleramiento de la manufactura de aparatos y el número de solicitantes para anunciarse en las estaciones televisoras en blanco y negro aumentará durante los próximos meses. Mientras -- tanto, deseamos se continúe experimentando en la televisión a colores hasta que se perfeccione y se ponga al alcance del público."³⁶ Por último, la empresa General Electric declaró que la decisión de no aprobar por el momento la televisión a colores terminaría con -- "la indecisión de algunos radiodifusores que han estado esperando el resultado antes de adquirir compromisos con la industria."³⁷

En este marco tan conflictivo para las empresas productoras de aparatos televisores, no cabía esperar que éstas se comprometieran en ese año de 1947 a vender una gran cantidad de televisores a Latinoamérica, como lo deseaba "Televisión Asociada", pues, como hemos visto, habían incluso interrumpido su producción en espera de la decisión de la Comisión Federal de Comunicaciones.

No obstante, recibieron una dura crítica por parte del presidente de "Televisión Asociada", Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien en 1947 declaró a la revista "Variety" de los Estados Unidos, que la negativa de venta masiva de televisores a los radiodifusores latinoamericanos por parte de las compañías de Estados Unidos se debía "a la falta de visión comercial de éstos":

"La poca persistencia de parte de los fabricantes de televisión de los Estados Unidos ha enfriado temporalmente los espectaculares planes para el establecimiento de una red latinoamericana de televisión que incluiría al principio estaciones cuando menos en 10 diferentes países.

"Los fabricantes pusieron un alto a estos planes al rehusarse a garantizar la entrega de equipo o aparatos receptores al sur de la frontera. Sin fabricantes latinoamericanos que produzcan receptores, los interesados en establecer la red, no podrán operar a menos que las plantas de los Estados Unidos convengan en enviar parte de su producción a Suramérica.

"Llegará el tiempo en que el mercado de los Estados Unidos se encuentre saturado con aparatos televisores, lo mismo que sucede actualmente con los aparatos de radio. Los fabricantes volverán sus ojos a los mercados exteriores para aumentar sus ventas. Si fuesen inteligentes harían todo lo posible por ayudar al crecimiento de la televisión, mirando siempre hacia el futuro."³⁸

De acuerdo a los datos mencionados antes acerca de los conflictos sucedidos en Estados Unidos ocasionados por los intentos de la CBS para obtener un permiso con el cual operar comercialmente la televisión a colores, las acusaciones de Azcárraga Vidaurreta eran totalmente infundadas. Igualmente era bastante errónea su caracterización de los fabricantes de televisores de Estados Unidos según la cual éstos carecerían de visión comercial. Esto quedaría demostrado cuando en los años siguientes, una vez superados los problemas ya mencionados, la producción de aparatos televisores creció considerablemente y, en consecuencia, las exportaciones a los países latinoamericanos aumentaron también. Y ello no porque se hubiese "saturado el mercado" en Estados Unidos -como decía Azcárraga- sino por las características imperialistas de estas corporaciones.

En efecto, apenas se conoció la decisión de la Comisión Federal de Comunicaciones, las empresas relacionadas con la televisión reforzaron su actividad. En pocos meses, los aparatos receptores bajaron sus precios incluso en 500 dólares como resultado de "la producción en masa, de la absorción de costos de desarrollo y de las grandes ventas efectuadas en E.U."³⁹ Asimismo la producción de programas de televisión sufrió un gran incremento. La NBC, afirmó que los anunciantes invertirían en 1948 diez millones de dólares en programas televisados.⁴⁰ En ese mismo año, RCA declaró que los fabricantes de aparatos televisores pensaban vender más de 30 millones de dólares.⁴¹ Igualmente las estaciones televisoras iniciaron una intensa competencia para atraer anunciantes ofreciéndoles "los mejores servicios". Para tal efecto, la WABD, la CBS, la WNBT y la NBC construyeron nuevos estudios entre 1948 y 1949.⁴²

De esta manera, en 1950 la situación de la televisión era la siguiente según el presidente de la NBC, John F. Royal:

"Se calcula que la producción norteamericana de aparatos receptores es hoy de trescientos mil dólares mensuales. Actualmente hay en los Estados Unidos tres millones de aparatos receptores de televisión funcionando.

"Existen alrededor de ochenta estaciones de televisión y hay ochenta solicitudes para nuevas estaciones."⁴³

Así, una vez resueltos sus problemas, la industria electrónica estadounidense empezó a exportar aparatos y equipo de televisión a Latinoamérica. Sólo entonces, dada la estrecha dependencia tecnológica de la radiodifusión latinoamericana respecto a la de Estados Unidos, la televisión pudo empezar a desarrollarse en algunos países de esta parte del continente.

3) La Actitud del Estado.

Ante los preparativos de los radiodifusores para instalar estaciones comerciales de televisión, el gobierno de Manuel Avila Camacho había mostrado un franco interés en cooperar con los proyectos de aquellos. Sin embargo, esa administración no pudo ir más allá de las promesas de ayuda a los empresarios interesados en operar comercialmente la televisión. Ello se debía, en buena medida, a que fue durante el último año de gobierno de Avila Camacho (1946) cuando se empezaron a intensificar los intentos de esos empresarios por obtener concesiones. Estos empresarios, además, tenían proyectos bastante diferentes entre sí (varios querían, como hemos

visto, obtener el monopolio de la producción de aparatos receptores), por lo que era muy difícil conciliar los diversos intereses. Es decir, era muy difícil que en un sólo año el gobierno analizara el problema, elaborara un proyecto benéfico para la burguesía en general y elaborara un ordenamiento jurídico que regulara el funcionamiento de la televisión.

Correspondió, entonces, al gobierno de Miguel Alemán Valdés - desarrollar los actos políticos y jurídicos que facilitaran el control de la televisión por parte de la burguesía. Fue, en efecto, - este régimen el que otorgó las primeras concesiones para operar comercialmente estaciones de televisión y el que estableció el marco jurídico -basado por cierto en las estipulaciones técnicas dictadas por los industriales de la radiodifusión- con que empezó a funcionar este medio de difusión en México.

En 1947, intelectuales y artistas vinculados al Instituto Nacional de Bellas Artes del cual era director el músico y compositor Carlos Chávez, propusieron al presidente que el gobierno estudiara la forma en que la televisión podría ser empleada como "un medio de difusión y enseñanza con fines sociales y culturales". En esa misma época, el gobierno alemanista había empezado ya a recibir constantes peticiones de concesiones por parte de radiodifusores privados. Así, con la finalidad aparente de "conciliar" los intereses de ambos grupos de ciudadanos (los intelectuales y los empresarios) y "para no tomar una decisión apresurada", el gobierno encargó al director del INBA que nombrara una comisión integrada - por un intelectual de reconocido prestigio que se encargara del análisis de las características de la programación transmitida en

las estaciones de televisión de Estados Unidos, Francia y Gran --
 Bretaña, así como de la estructura administrativa de éstas, de su
 régimen jurídico, su relación con el Estado, etc.; y por un técnico,
 también de reconocida capacidad, que estudiara los aspectos --
 técnicos en que se basaba el funcionamiento de la televisión en --
 esos países. El objetivo del viaje era el siguiente:

"...realizar estudios que pudieran conducir a la adopción por
 el Gobierno de México de un criterio ilustrado a propósito --
 de cuál de las dos formas distintas de organización y funcio-
 namiento de la televisión -la norteamericana o la británica
 (...) - servirá mejor a los fines de beneficio público que de-
 ben normar la acción del Gobierno y su actitud frente al desa-
 rrollo técnico de los instrumentos de comunicación social."⁴⁴

Carlos Chávez nombró presidente de la Comisión de Televisión
 del INBA a Salvador Novo y como asistente técnico al ingeniero ---
 Guillermo González Camarena.

Al año siguiente, la Comisión del INBA entregó su informe al
 presidente Miguel Alemán. Este documento consta de tres partes. --
 Las dos últimas escritas por González Camarena son casi antagóni-
 cas con respecto a la primera escrita por Novo. En esta, el excro-
 nista de la ciudad de México realiza una aguda crítica a la radio-
 difusión comercial a la que caracteriza como "un locuaz agente de
 ventas" y en cambio exalta el sentido cultural y educativo de la -
 programación de la televisión producida por la BBC. Y aunque en to-
 do el texto Salvador Novo no hace de manera explícita ninguna reco-
 mendación acerca de cual de las dos formas de organización -la es-
 tatal o la comercial privada- es mejor, queda la impresión de que
 sentía una marcada preferencia por la vigente en la Gran Bretaña.⁴⁵
 Sin embargo, dentro del informe las opiniones de Novo se hallan --

por completo subordinadas a las de González Camarena como veremos a continuación. Estas, de hecho, constituyen el verdadero dictamen de la Comisión del INBA.

En efecto, en la segunda parte del informe, González Camarena describe las características técnicas de la televisión en Estados Unidos, Francia y Gran Bretaña y a partir de ello elabora un "dictamen técnico" que con el título de "La Televisión en México, Antecedentes y Sugestiones" define con claridad el proyecto de este -- técnico para la televisión en México. En esta parte es donde se en encuentran las recomendaciones de la Comisión acerca del "sistema de televisión" que debería emplearse en el país. Tales recomendacio-- nes, no obstante, se refieren sólo a los aspectos técnicos.

Según González Camarena era necesario considerar los siguientes dos elementos para determinar "el tipo de radiotelevisión adecuado para México":

1) "...partir del criterio de que se trata de establecer medi das técnicas convencionales que, en beneficio del interés público hacia este vehículo, logren conciliar un grado de fidelidad suficiente en las imágenes transmitidas y un bajo costo de los equipos de recepción, que esté de acuerdo con las posibilidades económicas del pueblo."⁴⁶

2) "...la dualidad de frecuencias en las redes eléctricas de la República Mexicana: mientras en la ciudad de México y la zona que alimenta Necaxa se suministra corriente eléctrica -- con 50 ciclos, en otras ciudades como Puebla, Guadalajara, -- etc., la corriente alterna tiene una frecuencia de 60 ciclos. La importancia que esto tiene estriba en la necesidad de eliminar las deformaciones de la imagen, inherente a la presencia de 'zumbido' que pueden producirse en las instalaciones de receptores generalmente defectuosas. Para ello hay que recurrir a la sincronización del número de repeticiones de imá-

genes por segundo con la frecuencia en ciclos de la red eléctrica. Por consiguiente, es necesario pensar en la implantación de un sistema que responda en forma adecuada a esa dualidad, es decir, que pudiendo trabajar normalmente en donde los 'standards' sean a base de 50 ciclos, sea capaz sin modificación alguna de tomar transmisiones de programas de aquellos lugares donde se trabaje con el sistema de 60 ciclos o viceversa. Conviene prever esta eventualidad para facilitar en el futuro el intercambio de programas mediante la instalación de redes a base de relevos."⁴⁷

Para resolver estos dos problemas, González Camarena proponía un sistema que "ya había sido probado en los laboratorios 'Gon-Cam'" (de su propiedad) y el cual consistía básicamente en lo siguiente:

a) "La proporción de la imagen entre las dimensiones horizontal y vertical debe ser de 4:3..."

b) "Las repeticiones de cuadro deberán ser 50 por segundo y 25 cambios completos de cuadro para los lugares donde la frecuencia de la red sea de 50 ciclos; en los lugares que tengan corriente de 60 ciclos, las repeticiones de imagen serían de 60 por segundo y 30 cambios completos de cuadro".

c) "Bajo las normas de 50 ciclos, las imágenes podrán ser exploradas por 625 líneas entrelazadas 2 a 1, y en 60 ciclos por 525 entrelazadas también 2 a 1".

d) "...la exploración de la imagen se desarrollará a velocidad uniforme, de izquierda a derecha y de arriba a abajo".

e) "Es conveniente adoptar el sistema de modulación por amplitud, polarizada negativamente, como se usa en los Estados Unidos de América, según el cual un aumento de intensidad en la portadora

representa una disminución de la intensidad lumínica en el receptor."

f) "Para la transmisión de sonido en televisión deberá usarse modulación de frecuencia".

g) "La gama del canal de televisión (...) deberá ser de 6 megaciclos.

h) "Dado que todos los receptores de fabricación norteamericana están adaptados para la recepción de determinados canales, creo de interés reproducir las bandas de frecuencia asignadas en los Estados Unidos de América para las estaciones de televisión que transmiten en dichos canales, que podrían ser los mismos que se emplearían en nuestro país."⁴⁸

De hecho, lo que González Camarena planteaba era la adopción del sistema estadounidense, con la única diferencia de que en aquellos lugares donde la corriente fuera de 50 ciclos la imagen inclu^{ya} 625 líneas entrelazadas 2 a 1. El resto del sistema era exactamente el mismo que el utilizado en Estados Unidos en donde el suministro de corriente eléctrica era de 60 ciclos por segundo. En consecuencia, González Camarena rechazaba el sistema inglés cuyas características eran las siguientes: la proporción de la imagen entre las dimensiones horizontal y vertical era de 5:4; las imágenes se repetían 50 veces por segundo y 25 cuadros de cambio por segundo (pues el suministro de energía era de 50 ciclos); las imágenes incluían 405 líneas entrelazadas 2 a 1; se utilizaba modulación positiva de la imagen según la cual un aumento de intensidad en la portadora representa un aumento en la intensidad lumínica del receptor; el sonido se modulaba por amplitud; la gama de los canales era de 5.5 megaciclos.⁴⁹

Según González Camarena, utilizar el sistema que proponía (es decir el estadounidense) tenía la ventaja de poder emplearse "con el equipo ordinario de receptores norteamericanos sin necesidad de hacer modificación alguna, o con equipos nacionales construídos -- con material de fácil adquisición; para los lugares donde el suministro sea de 60 ciclos se aprovecharán normalmente las mismas ventajas de los 'standards' norteamericanos. Por otra parte, cuando trabaja en el sistema de 50 ciclos se obtiene mejor calidad en la estructura de la imagen que la obtenida en Estados Unidos..."⁵⁰

Por otro lado, utilizar el sistema inglés (o cualquier otro europeo) sería inconveniente, en opinión de González Camarena, --- pues habría que importar receptores de ese continente, lo cual implicaba realizar cuantiosos gastos.

Desde el punto de vista técnico, las observaciones del ingeniero y futuro concesionario de un canal de televisión parecían -- irreprochables. No parecía muy recomendable, en efecto, dadas las características del suministro de energía eléctrica en el país, y por razones económicas (gastos muy elevados en la importación de televisores que encarecerían demasiado los precios de estos aparatos), adoptar el sistema técnico europeo. Por el contrario, el sistema propuesto por González Camarena parecía poder resolver estos problemas.

Sin embargo, la adopción de tal sistema no estaba exento de implicaciones económicas y políticas en la medida en que la técnica no está nunca desprovista de ellas. Por principio, abría las -- puertas para la importación masiva de aparatos receptores de televisión provenientes de Estados Unidos, y para la instalación en Mé

46

xico de plantas manufactureras de marcas estadounidenses productoras de esos aparatos. Pero, por supuesto la influencia de la industria electrónica y radiofónica estadounidense sobre la televisión mexicana no se limitaría a esto. Dada la estrecha vinculación existente en los Estados Unidos entre las empresas productoras de aparatos de televisión, las productoras de programas y las agencias de publicidad que solían incluso formar parte de un mismo consorcio -como el caso de la empresa RCA-NBC-, no parecía muy probable que las corporaciones dedicadas a la televisión en Estados Unidos, se limitaran sólo a vender aparatos receptores, renunciando a influir en otros rubros de esta actividad. En realidad, establecer contratos para importar aparatos receptores implicaba indirecta o directamente- importar equipo para las estaciones de televisión, importar programas, etcétera. El caso de los contratos que la NBC hacía para los países latinoamericanos que solicitaban sus servicios y los de RCA, muestra la forma en que éstas empresas se introducían prácticamente en todas las actividades relacionadas con la televisión:

"Las especialidades foráneas de la NBC consisten en programas y contratos para servicios de negociación, antes que inversiones directas en estaciones de T.V. La NBC International negocia directamente con emisoras fuera de Estados Unidos para -- vender programas propios (...). Los servicios de negociación abarcan de todo, desde asesoramiento hasta la radicación de un sistema de T.V. completo en un país. Según la NBC, un contrato grande incluirá: análisis de los objetivos del país cliente (¿por qué quiere televisión?), realización de un estudio técnico, sugestión de un programa global, organización de un equipo de especialistas que lleve a cabo el programa (tres técnicos de la NBC, gerente general, un director de ingenie--

ría y otra de administración son puestos a cargo del proyecto), diseño, construcción y equipamiento de los estudios de T.V. y, finalmente, supervisión y asistencia para las emisiones de la estación. Un contrato para la instalación de un sistema completo rige generalmente por cinco años. La influencia del estilo, estructura y prioridades de la NBC (particularmente su favoritismo hacia estaciones comerciales no-gubernamentales) en el sistema de televisión del país resulta inevitable. Una revista especializada ha sugerido que el interés de la NBC en desarrollar sistemas de TV en el mundo no es primordialmente un operativo de control sino que apunta a estimular la demanda de equipos de televisión, área donde la NBC es líder de producción.³¹

Así, el interés técnico de González Camarena respecto a los hechos una recomendación al gobierno de permitir la explotación comercial de la televisión.

Ahora bien, en estas condiciones ¿qué futuro le esperaba a la televisión en México? ¿se haría el Estado cargo de ella o se daría a los particulares concesiones para su explotación comercial?

La solución a este problema, por supuesto, no la iba a dar el informe que presentara la Comisión de Televisión del INSA ya que, por lo demás, no hacía ninguna recomendación explícita acerca de esto, aunque sí en cuanto a las cuestiones técnicas respectivas, a las cuales González Camarena se refería en su sistema muy cercano al utilizado en Estados Unidos. Los informes técnicos, en todo caso, fueron utilizados por el gobierno para justificar la decisión que tomara.

Se trataba, en realidad, de una decisión cuya naturaleza dependía de factores económicos y políticos y en el cual las posibilidades de que el Estado decidiera destinar la televisión a la satisfacción de las necesidades de) educación y cultura del pueblo eran prácticamente nulas. Ello por varias razones:

1) El Estado carecía casi por completo de cuadros técnicos que hubieran realizado investigaciones en este campo. Todos los experimentos en materia de televisión habían sido efectuados por técnicos al servicio de los radiodifusores comerciales. Lejos de promover la creación de sus propios cuadros técnicos, el Estado estimuló a los que trabajaban directamente en beneficio de los intereses de la burguesía. El ingeniero González Camarena, por ejemplo, realizó, financiado por el gobierno de Miguel Alemán Valdés, dos viajes a Europa (uno en 1947 y otro en 1949) para estudiar el desarrollo de la televisión en aquel continente. Como consecuencia de todo ello, el Estado se encontraba técnicamente limitado para asumir la dirección de la televisión y de esto tenían perfecta conciencia los radiodifusores comerciales:

"Nuestro gobierno ha enviado elementos de su confianza a estudiar televisión solicitando informes documentales. Se dice -- que el Gobierno trata de monopolizar la moderna industria. No lo creemos, porque la experiencia en la radio gubernamental -- ha sido poco alentadora y, además, la televisión exige experiencia, relaciones con los concesionarios de las patentes -- más importantes, etc."⁵²

Este era el resultado de la situación de dependencia que, con respecto a la burguesía, mantenía el Estado en el campo de la difusión masiva desde los años cuarenta.

2) Durante casi treinta años, incluida su etapa más progresista el Estado había practicado una política de absoluto apoyo a la industria radiofónica. No cabía esperar, por lo tanto, que en un momento en que en el interior del aparato estatal se expresaban como hegemónicas fuerzas tan vinculadas a la burguesía y, más aún, -

en que el propio presidente y varios de los más importantes funcionarios como el Secretario de Hacienda, Ramón Batiza, eran amigos personales de varios empresarios que aspiraban a obtener concesiones de televisión comercial (como Azcárraga y O'Farril) y que la propia familia del presidente aspiraba también a involucrarse en el negocio televisivo, al grado de ir a dar un giro radical a esa política; política que, además, el régimen en turno había fortalecido extraordinariamente.

3) No existía, en ese momento, ninguna fuerza social democrática que hubiera emprendido una lucha sistemática para lograr que la operación de la televisión fuera organizada de tal forma que pudiera dirigirse a satisfacer las necesidades de educación, información y diversión del pueblo. Las opiniones de intelectuales como Salvador Novo no tenían nada de sí ninguna fuerza social (no eran expresión de demandas populares), ni ellos mismos se distinguían por su militancia en organizaciones populares. Por eso esas opiniones se limitaron a ser simples peticiones al gobierno que fueran fácilmente asimiladas por éste. En esta situación los industriales de la radiodifusión, que se contaban con un proyecto para vincular a la televisión a sus intereses, encontraron un camino libre de obstáculos.

Con estos antecedentes, no era muy visible que un país que, como México, tenía una radio comercial tan descontrolada, fuera a tener una televisión cultural. Por el contrario, dadas las características de la situación política en que vivía el país, lo que cabía esperar era que la televisión siguiera el mismo camino comercial que su antecesora. Esto, por lo demás, había ocurrido ya, como lo explica Salvador Novo, en otros países:

"La televisión es -como su nombre lo indica- la transmisión a distancia de las imágenes. Acompañadas como en la televisión se encuentran por el sonido, el sistema se considera en todas partes como una derivación o consecuencia perfeccionada de la radio. De ahí que tanto en Norteamérica como en la Gran Bretaña la televisión reciba el mismo tratamiento jurídico, y el empleo social, que su antecesora la transmisión radiofónica."⁵³

Y en efecto, para los radiodifusores la televisión era una -- continuadora de la radio y por ello debía estar sujeta a un régimen jurídico similar al de ésta. Por ello, el Estado tenía, a su juicio, la obligación de proporcionar a todos los empresarios que aspiraran a instalar estaciones de televisión comercial, las mismas facilidades que otorgaba a quienes poseían concesiones de radio:

"Lo que el Gobierno debe hacer es ayudar a las empresas privadas, activar la concesión de licencias, dar facilidades a los futuros industriales que con clara visión ya han anticipado - el futuro de la televisión no solamente en México sino en la América Latina.

"Si el Gobierno ayuda, la televisión en México será la guía - en todo el continente hispano (sic). Para ello basta con activar las concesiones de los solicitantes, concediéndolas a --- aquellos que por su experiencia, seriedad y garantía moral y material, merezcan que se les convierta en 'pioneros' de una industria que está revolucionando al mundo."⁵⁴

El propio González Camarena afirmaba que el Estado debía ayudar a los empresarios que aspiraban a operar comercialmente la televisión:

"A base de dar facilidades máximas en primer lugar por ser su establecimiento muy costoso, al menos mientras no constituya un negocio, en lo que tardará algunos años, mientras el público se provee de receptores.

"Y se precisa que el Gobierno tienda la mano a los que a la Televisión se dediquen, pues el problema de iniciación es cos toso y difícil..."⁵⁵

Por todo lo anterior, no resultó extraña la decisión que, res pecto al problema de la televisión, tomó el gobierno alemanista, - misma que fue hecha explícita por el Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López, y según la cual, "el Go--- bierno hará uso de este medio de difusión y enseñanza con fines so ciales y culturales, al tiempo que reconoce que será motivo de ex plotación por los particulares."⁵⁶

A partir de este criterio del gobierno de Alemán Valdés, los industriales de la radiodifusión reiniciaron en 1949, ahora ya con plena seguridad de que pisaban terreno firme, sus negociaciones -- con las empresas de televisión de Estados Unidos con el fin de ad- quirir equipo para instalar estaciones emisoras. Además, desde me- diados de ese año, habían iniciado una nueva campaña política, aho ra con el fin de que el Estado promulgara "un reglamento de televi- sión moderno".

Esta petición de los radiodifusores fue bien recibida por el gobierno alemanista quien dio instrucciones al ingeniero Miguel Pe- reyra, Director General de Telecomunicaciones para que "formara -- una Comisión" que elaborara un reglamento para normar el funciona- miento de la televisión en México. Como "asesor técnico" de esta - comisión fue designado el ingeniero Guillermo González Camarena.⁵⁷

El Reglamento hecho por la comisión, publicado el 11 de febre- ro de 1950, constituyó otro triunfo político de los radiodifusores comerciales. En él se encuentran todas las indicaciones técnicas -

que el ingeniero Guillermo González Camarena había hecho en el informe de la Comisión de Televisión del INBA, mismas que, como hemos visto, significaban, en los hechos, la recomendación de adoptar el sistema de operación estadounidense con todas las implicaciones económicas y políticas que ello significaba.⁵⁸

4) El Inicio de las Operaciones.

La primera concesión para operar un canal de televisión con fines comerciales fue otorgada por el gobierno de Alemán Valdés a la empresa "Televisión de México, S.A." propiedad de Rómulo O'Farril quien, para iniciar las operaciones, contó con la sociedad del estadounidense William Jenkins. La concesión fue otorgada en 1949.

Apenas obtuvo la concesión, O'Farril alquiló dos pisos del edificio de la Lotería Nacional en los cuales montó sus estudios de televisión. Asimismo, se trasladó a Estados Unidos, en compañía de su hijo para contratar la compra de equipo para la estación que planeaba llamar "MEXTV-NOVEDADES":

"La instalación en México de la primera planta transmisora de programas de televisión, será pronto un hecho de acuerdo con las informaciones suministradas aquí por don Rómulo O'Farril Sr., conocido hombre de negocios mexicano quien es además presidente y gerente del diario NOVEDADES de la capital azteca.

"El señor O'Farril informó que se ha integrado la sociedad 'Televisión de México, S.A.' de la cual él forma parte, y en nombre de dicha entidad vino a los Estados Unidos acompañado de su hijo Rómulo para adquirir equipo y material técnico para la estación televisora 'MEXTV-NOVEDADES' que empezará a --

prestar servicio probablemente a fines de febrero o fines de marzo próximo, en la ciudad de México.

"Las actividades en los Estados Unidos de los señores O'Farril en los últimos días han incluido visitas a las fábricas de material de televisión de la RCA, Dumont y General Electric. En un plazo muy breve, decidirá respecto al equipo técnico que haya de adquirir para esta primera planta televisora en la República Mexicana."⁵⁹

El equipo elegido por O'Farril fue de la empresa RCA y tuvo un costo aproximado, de acuerdo a los precios de la época, de \$2,244,000.00 pero los gastos totales, incluyendo la construcción hicieron que el capital desembolsado por la empresa fuera de \$4,000,000.00⁶⁰

La estación de O'Farril adoptó las siglas XHTV y le fue asignado el canal 4. Empezó a funcionar, aun sin ser inaugurada oficialmente, el 26 de julio, de 1950 cuando transmitió un programa de media hora en el que se hicieron entrevistas a varias personas que hablaron sobre el futuro de la televisión. Las transmisiones de prueba siguieron y el 29 del mismo mes se transmitió un programa musical. Al día siguiente se hizo la primera transmisión a control remoto. Se trató de una corrida de toros desde la Plaza México; transmisión, por cierto, "plagada de defectos, pues se captó sólo la imagen, en tanto que el sonido surgió desde la cabina de locutores en la estación".⁶¹

Posteriormente, en el mes de agosto de 1950, se transmitió un programa a control remoto desde el Centro Médico Nacional en donde se celebraba un congreso de medicina. Finalmente, el 31 de agosto de ese año se llevó a cabo la inauguración oficial de la televisión

en México con una transmisión desde el Jockey Club del Hipódromo - de las Américas. A la ceremonia de inauguración asistieron Agustín García López, Secretario de Comunicaciones en representación del - presidente Miguel Alemán Valdés; Adolfo Ruiz Cortines, Secretario de Gobernación; Francisco González de la Vega, Procurador General de la República; Antonio Martínez Báez, Secretario de Economía Nacional; Antonio Díaz Lombardo, Director del IMSS; Rafael Mancera - Ortiz, Subsecretario de Hacienda y Crédito Público; Walter Thurs-- ton, Embajador de Estados Unidos en México; Meade Brunet, Vicepre-- sidente de RCA en Estados Unidos, y varios funcionarios más del go-- bierno.⁶²

Durante la ceremonia, O'Farril pronunció el siguiente discurs-- go:

"Hoy es un día de fiesta para México, pues desde hoy nuestro país será el primero de América Latina que disfrutará para -- provecho y beneficio de sus habitantes, del más grande inven-- to de los modernos tiempos: la televisión.

Indiscutiblemente no ha sido poco el esfuerzo ni fácil la ta-- rea para alcanzar lo que en este día se celebra. Múltiples y variados han sido los obstáculos y las dificultades, Por ven-- tura, frente a esta muralla de impedimentos, se levantó nues-- tra fe inquebrantable y todas las facilidades que gentilmente nos brindaron, tanto el señor presidente de la República, co-- mo sus Secretarios de Estado, especialmente el de Comunicacio-- nes, señor licenciado Agustín García López, y el de Hacienda y Crédito Público, señor licenciado don Ramón Beteta.

Sentimos que al inaugurar estos servicios que nos echamos a -- cuestas, nos abrumba una responsabilidad más grande aún que to-- dos los esfuerzos y que todos los éxitos hasta aquí obtenidos: la responsabilidad enorme de servir a México con el mayor de-- sinterés, para hacer de este medio científico una contribución

efectiva para la cultura y el engrandecimiento del país. Lograrlo será la mayor de nuestras satisfacciones".⁶³

Posteriormente, Agustín García López declaró oficialmente inauguradas, a nombre del presidente Miguel Alemán Valdés, las transmisiones del canal 4.

Al día siguiente, 1° de septiembre de 1950, se iniciaron las transmisiones regulares del canal 4 con la emisión del informe presidencial de Alemán Valdés. Los primeros clientes que se anunciaron fueron Goodrich Euskadi y Relojes Omega cuyos programas eran producidos por la agencia de publicidad Grant Advertising.

En octubre de ese año, empezó a realizar transmisiones de prueba una nueva estación propiedad del magnate radiofónico Emilio Azcárraga Vidaurreta. Se trataba de la estación XEWTV, a la cual le fue asignado el canal 2. Este canal inició sus transmisiones regulares el 21 de mayo de 1951 con la emisión de un partido de béisbol. El canal 2 utilizó en su planta transmisora equipo de Laboratorios DuMont con un precio similar al adquirido por el canal 4 y al igual que este declaró ante las autoridades correspondientes un capital contable de 4 millones de pesos.⁶⁴

Finalmente, el 18 de agosto de 1952 empezó a funcionar una tercera estación, la XHGC (las dos últimas siglas correspondientes a los apellidos González Camarena) canal 5. Esta era propiedad del ingeniero Guillermo González Camarena quien utilizó para ponerla a funcionar equipo hecho en los laboratorios GON-CAM. El capital con que comenzó a operar el canal 5 fue de 2 millones de pesos y sus estudios se hallaban en los altos del teatro Alameda.⁶⁵

Por supuesto, los primeros años de la televisión comercial no fueron exitosos en cuanto a ganancias. De hecho no las hubo hasta

el segundo lustro de los años cincuenta. Esto se debía a varias razones. En primer lugar porque el número de aparatos receptores de televisión era sumamente escaso; y ello no era extraño, pues el costo de cada aparato era, aproximadamente, de \$4,000.00, precio que, ciertamente, no era muy accesible para los salarios de aquella época. Por otro lado, y como consecuencia de esta escasez de receptores, no existían muchas empresas interesadas en anunciarse en la televisión, pues al no tener ésta todavía una cobertura masiva, los anunciantes no se mostraban muy atraídos por el nuevo vehículo publicitario. El siguiente dato muestra la situación que guardaba en 1952 la televisión respecto al gasto publicitario que era aproximadamente de \$800,000,000.00; el 40% de este gasto lo absorbía la radio, el 30% la prensa y el 30% restante se dividía entre "publicidad directa", anuncios luminosos y televisión.⁶⁶

Sin embargo, esta situación no habría de durar mucho. En muy pocos años, la televisión sería una industria altamente rentable y con una influencia fundamental en la vida económica y política del país.

NOTAS

1. Excélsior, 18 de marzo de 1967, citado por Jorge Mejía Prieto, en Historia de la Radio y la T.V. en México, pp. 175-176.
2. Ibidem.
3. Guillermo González Camarena, nació en 1917, estudió en la ESIME. Se inició en la radiodifusión en 1934 trabajando para la estación XEFX de la SEP. De ahí pasó a la XEDP, Radio Gobernación, como ingeniero responsable ante la SCOP. De 1939 a 1941 participó como técnico en las estaciones XES, XEBS, XEDA, y XEMY -- del Distrito Federal. Durante casi toda la década de los cuarenta trabajó en las empresas del grupo Azcárraga. En 1947 era Jefe de Operadores de XEW y XEQ.
4. Antena, No. 24, julio de 1973, p. 29.
5. Ibidem. El 19 de agosto de 1940, el Departamento de la Propiedad Industrial de la Secretaría de Economía Nacional otorgó al ingeniero Guillermo González Camarena la patente número 40235 que amparaba el invento de un "adaptador cromoscópico". Ocho meses más tarde, el 17 de marzo de 1941, González Camarena solicitó al presidente Manuel Avila Camacho que "lo ayudara" para patentar su invento en Estados Unidos. Según González Camarena, la Ley Internacional de Patentes establecía que si al término de un año un inventor no patentaba su invento, éste podía ser registrado como propio por otra persona. Esto permitiría, en opinión de González Camarena, que algún estadounidense se apropiara de su invento y lo patentara "con lo cual todo el trabajo de un mexicano quedaría arruinado". La ayuda que González Camarena solicitaba consistía en que el gobierno mexicano le proporcionara dos mil dólares para trasladarse a Estados Unidos a patentar su invento ya que, según el ingeniero, carecía de recursos económicos para costearse el viaje, pues sólo contaba con su sueldo de radio-operador en Radio Gobernación. El invento de González Camarena, por otro lado, había sido sometido a examen por la SCOP, a través de los ingenieros Luis -

- Sánchez M. (Inspector de Radio) y Lázaro Barajas (Encargado -- del Laboratorio de Radio) quienes en mayo de 1941 dictaminaron que el invento tenía "algunas fallas producidas por la mala ca lidad, o por la simpleza, de los aparatos usados, pero podría rendir resultados muy satisfactorios en cuanto pudieran ser em pleados aparatos de mejor calidad". El dictamen, en síntesis, aprobaba el invento de González Camarena, con las salvedades - mencionadas. Datos de AGN, Ramo Presidentes (Manuel Avila Camacho), Exp. 525.1/23.
6. Boletín Radiofónico, No. 5, 4 de abril de 1947, p. 5.
 7. Radiolandia, No. 100, 23 de junio de 1944, p. 1.
 8. Ibid.
 9. Radiolandia, No. 101, 30 de junio de 1944, p. 1.
 10. AGN, Ramo Presidentes (Manuel Avila Camacho), Exp. 523/140.
 11. Ibid. A esta notificación la Secretaría de Economía Nacional - contestó, el 27 de abril de 1946 que "siendo la política de es te Gobierno incrementar el desarrollo de la industria eléctrica del país, esta Secretaría dará a usted las facilidades necesarias y el apoyo que le solicita".
 12. AGN, Ramo Presidentes (Miguel Alemán Valdés), Exp. 523/14.
 13. Ibid. Exp. 512.2/3.
 14. AGN, Ramo Presidentes (Manuel Avila Camacho), Exp. 433/197.
 15. Ibid.
 16. AGN, Ramo Presidentes (Miguel Alemán Valdés), Exp. 523/14.
 17. Ibidem. (Subrayado mío: FMB). La carta está firmada por el general Gonzalo Escobar y José Manuel Crovetto. Más tarde, en -- 1949, el ingeniero González Camarena insistió, ahora a título personal, en que se le otorgara una concesión. Según el inge -- niero dicha concesión sería un "acto de justicia", pues desde 1934 había experimentado en la televisión; en 1947 había pre -- sentado una solicitud de concesión y reunía todos los requer -- mientos para que le fuera otorgada. Era de justicia, además, -- porque había "rechazado ofertas para trabajar en el extranjero,

por su amor a México" y porque en su laboratorio "había formado a varios técnicos que fortalecerían a la televisión en el futuro". González Camarena deseaba "seguir trabajando en beneficio de México", pero para eso necesitaba que se le hiciera justicia "otorgándome la concesión para explotar comercialmente mi difusora de televisión". Ibidem.

18. AGN, Ramo Presidentes (Miguel Alemán Valdés), Exps. 512.32/34 y 523/14.
19. Boletín Radiofónico, No. 36, 7 de noviembre 1947, p. 1. Incluso en este año se afirmaba ya que gran cantidad de aparatos receptores de televisión con pantalla de 15 X 20 cm. llegarían al país y que tendrían un precio de 4,500 pesos. Véase Boletín Radiofónico No. 1, 7 de marzo de 1947, p. 1 y Radiolandia, 23 de marzo 1945, p. 4.
20. Radiolandia, No. 274, 12 de agosto 1949, p. 3.
21. Boletín Radiofónico, No. 56, 9 de abril de 1948. "Radiópolis" se convertiría más tarde en "Televicentro".
22. Radiolandia, No. 287, 6 de diciembre 1949, pp. 12-15.
23. Boletín Radiofónico, No. 55, 2 de abril 1948, p. 1-7-8. (Subrayado mío: FMB).
24. Radiolandia, No. 279, 18 de septiembre 1949, p. 9.
25. Boletín Radiofónico, No. 45, 16 de enero 1948, p. 2. Tal ayuda, sin embargo, no debía ser, a juicio de los radiodifusores, "directa", sino "indirecta": "...en México se encuentran paralizadas las solicitudes para estaciones televisoras, no se crea -- una legislación moderna y expeditiva para facilitar las instalaciones, ni se ofrece la ayuda del Gobierno; no ayuda directa, que significaría ingerencia en organizaciones privadas, sino ayuda en forma de protección aduanera para los materiales que se necesite importar, ayuda de exención de impuestos, ayuda en contribuir a los gastos de experimentación que realizan las empresas privadas". Boletín Radiofónico, No. 57, 16 de abril 1948, pp. 2-5 (subrayado mío: FMB).
26. Boletín Radiofónico, No. 45, 16 de marzo 1948, p. 2.

27. AGN, Ramo Presidentes (Miguel Alemán Valdés), Exp. 111/6361.
28. Boletín Radiofónico, No. 3, 21 de marzo 1947.
29. Boletín Radiofónico, No. 71, 10 de agosto 1948, p. 6.
30. Boletín Radiofónico, No. 64, 11 de junio 1948, p. 1.
31. Boletín Radiofónico, No. 59, 30 de abril 1948, p. 1-7. En efecto, las películas para T.V. se hacían en Estados Unidos desde 1947 cuando varias productoras de cine se asociaron con cadenas televisoras. Boletín Radiofónico, No. 28, 12 de septiembre 1947, p. 5.
32. Boletín Radiofónico, No. 4, 28 de marzo 1947, p. 1.
33. Boletín Radiofónico, No. 5, 4 de abril 1947, p. 1.
34. Ibidem.
35. Ibid.
36. Ibid.
37. Ibid.
38. Citado en Boletín Radiofónico, No. 25, 22 de agosto 1947.
39. Boletín Radiofónico, No. 31, 3 de octubre 1947, p. 6.
40. Boletín Radiofónico, No. 47, 30 de enero 1948, p. 6.
41. Boletín Radiofónico, No. 49, 13 de febrero 1948.
42. Boletín Radiofónico, No. 56, 9 de abril 1948, p. 6.
43. Radiolandia, No. 291, 25 de enero 1950, p. 12. Según John F. Royal: "La televisión ha venido operando sin utilidades, pero las nuevas estaciones ya pierden menos porque como hay mayor circulación se venden más programas.
"Opino que en el curso de dos o tres años la televisión será ya un buen negocio". Ibid.
44. Carlos Chávez, Introducción del Informe presentado por la Comisión de Televisión del INBA. El informe fue publicado por este instituto con el título de La Televisión: Investigación, México, 1948, p. 7.

45. Esto se confirma en un texto escrito posteriormente, en septiembre de 1950, por Salvador Novo: "(en Inglaterra) no tuvieron nunca problemas con la televisión. Cuando surgió como una hija monstruosa del oculto coito entre la radio y el cine, sencillamente la metieron en el carril en que a tiempo subordinaron a la radio constituyéndola en monopolio y entregándola a una corporación técnica y sería que mereciera cumplir tres fines: informar, instruir y divertir. Aquí la palabra monopolio nos suena fea porque pensamos en un consorcio comercial, lucrativo, extorsionador de los que están prohibidos por la Constitución. Pero no se trata de eso en el caso del monopolio de la BBC. En realidad se trata justamente de conjurar la posibilidad de un monopolio semejante, pues la BBC no lucra ni vende nada, ni anuncia nada que se venda, ni se sostiene con el dinero de los anunciantes a costa de la trivialización de los oyentes. Su presupuesto lo cubre con el impuesto modestísimo que paga cada dueño de un aparato de radio, de los que hay cuarenta millones en Inglaterra, de suerte que, a razón de una libra por año, son cuarenta millones de libras más que recibe la BBC y con las que se sostiene. Por la posesión de un receptor de televisión se paga el doble, pero también la seguridad de recibir en él una programación no comercial, sino estrictamente informativa, educativa o de diversión." La Vida en México Durante el Periodo Presidencial de Miguel Alemán, México, Empresas Editoriales, 1967, p. 685.
46. INBA, La Televisión; Investigación, pp. 25-26.
47. Ibid., p. 24.
48. Ibid.
49. Ibid.
50. Ibid.
51. Jon Frappier, "El imperio de la Televisión", en Cine Cubano, números 60 y 62, pp. 148-149. (Subrayado mío; FMB).
52. Boletín Radiofónico, No. 64, 11 de junio de 1948, p. 4.
53. INBA, Op. Cit., p. 9. (Subrayado mío; FMB).

54. Boletín Radiofónico, No. 64, 11 de junio de 1948, p. 4.
55. Radiolandia, No. 288, 23 de diciembre de 1949, p. 9.
56. Radiolandia, No. 289, 18 de noviembre de 1949, p. 12.
57. Radiolandia, No. 270, 15 de julio 1949, p. 10.
58. Véase Diario Oficial, 11 de febrero de 1950, "Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión".
59. Radiolandia, No. 287, 6 de diciembre de 1949, pp. 12-15.
60. Entre 1949 y 1953 los precios de los equipos de televisión (incluida su instalación) de las empresas más importantes eran: - RCA, 260,000 Dls.; General Electric, 260,000 Dls.; Du Mont, -- 258,000 Dls.; E.M.I. de Gran Bretaña, 100,000 libras. El presupuesto para la instalación total de una estación en el D.F. -- era de 4 millones de pesos. Virginia Salas Soto, Radiodifusoras Comerciales en México, p. 146.
61. Armando De María y Campos, El Teatro del Aire, pp. 9-10.
62. Jorge Mejía Prieto, Op. Cit., p. 183.
63. Citado, Ibid., pp. 183-184.
64. Efraín Pérez Espino, El Monopolio de la Televisión Comercial en México, p. 54.
65. Ibid.
66. Datos de la conferencia "La Publicidad en México" pronunciada en el Town Hall de Nueva York el 6 de abril de 1954 por el señor Juan Durán y Casahonda, presidente de la Asociación Nacional de Publicistas. Radiolandia, No. 466, junio de 1954, p. 11. La conferencia fue parte del ciclo "México, un ejemplo de progreso".

45. Esto se confirma en un texto escrito posteriormente, en septiembre de 1950, por Salvador Novo: "(en Inglaterra) no tuvieron nunca problemas con la televisión. Cuando surgió como una hija monstruosa del oculto coito entre la radio y el cine, sencillamente la metieron en el carril en que a tiempo subordinaron a la radio constituyéndola en monopolio y entregándola a una corporación técnica y sería que mereciera cumplir tres fines: informar, instruir y divertir. Aquí la palabra monopolio nos suena fea porque pensamos en un consorcio comercial, lucrativo, extorsionador de los que están prohibidos por la Constitución. Pero no se trata de eso en el caso del monopolio de la BBC. En realidad se trata justamente de conjurar la posibilidad de un monopolio semejante, pues la BBC no lucra ni vende nada, ni anuncia nada que se venda, ni se sostiene con el dinero de los anunciantes a costa de la trivialización de los oyentes. - Su presupuesto lo cubre con el impuesto modestísimo que paga cada dueño de un aparato de radio, de los que hay cuarenta millones en Inglaterra, de suerte que, a razón de una libra por año, son cuarenta millones de libras más que recibe la BBC y con las que se sostiene. Por la posesión de un receptor de televisión se paga el doble, pero también la seguridad de recibir en él una programación no comercial, sino estrictamente informativa, educativa o de diversión." La Vida en México Durante el Periodo Presidencial de Miguel Alemán, México, Empresas Editoriales, 1967, p. 685.

46. INBA, La Televisión; Investigación, pp. 25-26.

47. Ibid., p. 24.

48. Ibid.

49. Ibid.

50. Ibid.

51. Jon Frappier, "El imperio de la Televisión", en Cine Cubano, - números 60 y 62, pp. 148-149. (Subrayado mío: FMB).

52. Boletín Radiofónico, No. 64, 11 de junio de 1948, p. 4.

53. INBA, Op. Cit., p. 9. (Subrayado mío: FMB).

54. Boletín Radiofónico, No. 64, 11 de junio de 1948, p. 4.
55. Radiolandia, No. 288, 23 de diciembre de 1949, p. 9.
56. Radiolandia, No. 289, 18 de noviembre de 1949, p. 12.
57. Radiolandia, No. 270, 15 de julio 1949, p. 10.
58. Véase Diario Oficial, 11 de febrero de 1950, "Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión".
59. Radiolandia, No. 287, 6 de diciembre de 1949, pp. 12-15.
60. Entre 1949 y 1953 los precios de los equipos de televisión (incluida su instalación) de las empresas más importantes eran: - RCA, 260,000 Dls.; General Electric, 260,000 Dls.; Du Mont, -- 258,000 Dls.; E.M.I. de Gran Bretaña, 100,000 libras. El presupuesto para la instalación total de una estación en el D.F. -- era de 4 millones de pesos. Virginia Salas Soto, Radiodifusoras Comerciales en México, p. 146.
61. Armando De María y Campos, El Teatro del Aire, pp. 9-10.
62. Jorge Mejía Prieto, Op. Cit., p. 183.
63. Citado, Ibid., pp. 183-184.
64. Efraín Pérez Espino, El Monopolio de la Televisión Comercial en México, p. 54.
65. Ibid.
66. Datos de la conferencia "La Publicidad en México" pronunciada en el Town Hall de Nueva York el 6 de abril de 1954 por el señor Juan Durán y Casahonda, presidente de la Asociación Nacional de Publicistas. Radiolandia, No. 466, junio de 1954, p. 11. La conferencia fue parte del ciclo "México, un ejemplo de progreso".