
Una historia contemporánea de México: Actores



Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer, coordinadores

Carlos Alba
Roberto J. Blancarte
Sergio González Rodríguez
Enrique Guerra Manzo
Rogelio Hernández Rodríguez
Soledad Loaeza
Enrique E. Sánchez Ruiz
Blanca Torres
Gustavo Verduzco
Samuel I. del Villar



OCEANO

EDITOR: Rogelio Carvajal Dávila

UNA HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE MÉXICO:
ACTORES

© 2005, Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer

D. R. © 2005, EDITORIAL OCEANO DE MÉXICO, S.A. de C.V.
Eugenio Sue 59, Colonia Chapultepec Polanco
Miguel Hidalgo, Código Postal 11560, México, D.F.
☎ 5279 9000 📠 5279 9006
✉ info@oceano.com.mx

PRIMERA EDICIÓN

ISBN 970-651-924-9

*Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización
escrita del editor, bajo las sanciones establecidas en las leyes,
la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio
o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento
informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante
alquiler o préstamo público.*

IMPRESO EN MÉXICO / PRINTED IN MEXICO

Movimientos sociales, 373
Los años ochenta, 374
Otros movimientos sociales, 376
Beneficencia privada, 377
Iniciativa privada, 377
Los años noventa, 378
1994, un año clave, 380
Algunos casos de cogestión, 382
Las dimensiones del sector no lucrativo, 385
Los ingresos del sector no lucrativo, 388
Las fuentes de financiamiento del sector, 388
Las aportaciones monetarias al sector no lucrativo por parte de los ciudadanos, 389
El trabajo voluntario en el sector no lucrativo, 390
El sector no lucrativo según el último censo económico, 395
El sector no lucrativo sujeto a una dinámica cambiante, 396
Un sector diferenciado, 396
Otra modalidad mexicana, 397
Las organizaciones y los movimientos sociales, un vaso comunicante, 398
Las actuaciones del sector en la historia contemporánea, 398
Reflexiones finales, 399
Índice de tablas, 401

Los medios de comunicación masiva en México 1968-2000, Enrique E. Sánchez Ruiz, 403

Introducción, 403
La “modernización mediática”, en preparación para el 68 (hacia los juegos olímpicos), 406
El 2 de octubre en los medios, 408
Los años setenta: el intervencionismo mediático estatal, 411
Reforma política y derecho a la información: en busca de la cuadratura del círculo, 416
La prensa: en busca del lector perdido, 419
 “Te pago para que me pegues”, 420
 Radio comercial de gobierno, concentración en la radio comercial, 421
Los años ochenta: el inicio del neoliberalismo, 422
Las elecciones de 1988 y los medios, 426
De 1988 a 2000: los medios y el libre comercio, 429
A la sombra del TLCAN, 433
Crisis de película, 434
Hacia la guerra de la televisoras, 440
Colofón, 447
Índice de figuras y tablas, 448

Del libro a la pantalla:

la cultura mexicana del siglo XX hacia el XXI, Sergio González Rodríguez, 455

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN MÉXICO, 1968-2000

Enrique E. Sánchez Ruiz

Introducción

Se ofrece aquí un recuento muy condensado sobre el desarrollo de los medios de comunicación (televisión, prensa, radio y cine) en México, de 1968 a 2000. Dos ejes sirven de principal hilo conductor en el análisis realizado en el capítulo:

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

En la descripción que sigue daremos cuenta de algunas tendencias principales en el desarrollo de los medios mexicanos.

En el periodismo escrito, observaremos el tránsito del predominio de una prensa gobiernista y acrítica, incluso dependiente en lo económico del gobierno, a una relativamente más plural, independiente y crítica en la actualidad, pero que lee un sector muy pequeño de la población. Con muy dignas excepciones, este proceso ha sido mucho más lento en la provincia mexicana. En nuestro recuento distinguiremos también la emergencia y consolidación de la televisión como el medio hegemónico en lo que respecta al entretenimiento y la información del pueblo mexicano. A diferencia de Estados Unidos, de donde se supone que México adoptó el modelo de organización, la televisión mexicana se desarrolló de una manera concentrada en extremo, casi monopólica, y centralizada, controlada casi en su totalidad desde la ciudad de México. Esto significó también su surgimiento como formidable recurso de poder, como un actor político ligado a los regímenes del Partido Revolucionario Institucional (PRI), por lo que se constituyó en un obstáculo enorme para el surgimiento de la democracia. Sin embargo, hacia el fin del siglo el compromiso de la televisión mexicana con el partido dominante cedió ante el reclamo democrático de la población, al tiempo que se convirtió en la principal arena donde se redefine en la actualidad el espacio público mexicano. Acompañante ambigua de la moderni-

zación política, hoy su carácter de industria cultural torna la política en espectáculo y escándalo más que en deliberación racional sobre los diversos proyectos de país.

En el periodo que se describe aquí, la radio ocupó poco a poco un lugar de mayor relevancia en el espacio público mexicano: de simple compañía musical a informador cotidiano, en ocasiones incluso dando voz a la ciudadanía. Sin embargo, siempre ha permanecido en segundo plano, casi como comparsa, respecto de la televisión. Frente a catástrofes urbanas, como los sismos de 1985 en la capital, o las explosiones de 1992 en Guadalajara, la radio se descubrió aliada del ciudadano común; pero este papel se diluyó en las vicisitudes del tránsito urbano, de las condiciones meteorológicas o los acontecimientos deportivos en tiempos normales. En el ámbito rural, la radio ha constituido un vehículo comunicativo horizontal entre los pobladores de lugares relativamente lejanos entre sí. En las grandes ciudades funciona como un medio que permite una mayor interlocución de los ciudadanos con el poder, a pesar de su papel secundario, de cualquier manera complementario en relación con la televisión.

Finalmente, analizaremos en este capítulo cómo, de crisis en crisis, el cine mexicano ha dudado en redefinir la “identidad mexicana” como contenido y autorrepresentación de un México crecientemente urbano y “globalizado”. La industria cinematográfica casi desaparece (en tanto industria) al final del siglo XX, a pesar de que han surgido esfuerzos individuales exitosos, que requieren el apoyo estatal para que el talento joven no termine por emigrar —como lo está haciendo— a Hollywood.

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

Históricamente, la concentración y el centralismo han sido características centrales del sistema de medios en México, aunque lo son de manera más acentuada del medio hegemónico hacia fines del siglo XX y principios del XXI: la televisión.⁵ Por esta razón, a pesar de que esto se escribe *desde* la provincia, en una mirada tan a vuelo de pájaro no tendremos más remedio que reflejar tal centralismo en nuestro recuento.⁶

Entre algunos de los procesos más característicos del siglo XX, se puede apuntar el vertiginoso desarrollo global de los modernos medios masivos de difusión. Dos herencias decimonónicas, la prensa y el cine, fueron las simientes de una industria cultural que, a su vez, even-

tualmente sustituyó las formas tradicionales y locales de informarse, entretenerse e incluso aprender en la vida cotidiana. Con el desarrollo de la radio primero, y luego de la televisión, se completa un paquete mediático que tendrá repercusiones no sólo culturales, sino también económicas y políticas de no poca trascendencia, hacia la segunda mitad del siglo XX; no sólo en México, sino casi en todo el mundo. La prensa decimonónica arriba a la nueva centuria cargada de connotaciones políticas, fuente importante del surgimiento de la “esfera pública burguesa”, base fundamental de la propagación (en algunos países, entre algunas clases sociales, entre los “ciudadanos”) de la democracia.⁷ Sin embargo, ya desde fines del siglo XIX y principios del XX comenzó una transición, en particular en Estados Unidos e Inglaterra, de la prensa netamente informativa, política e incluso partidista, a la de entretenimiento, “amarillista”, plena y llanamente de negocio.⁸ Esto forma parte de un proceso de transformación de la esfera pública, permeada —si no es que propiamente constituida— por los nuevos medios de difusión masiva.⁹ Se dice que en la ciudad de México dio inicio el periodismo impreso comercial con *El Imparcial*, periódico porfirista de fines del siglo XIX. Esta transición comenzó en ciudades de provincia poco después: por ejemplo, en Guadalajara el periodismo “moderno” iniciaría a principios del siglo XX con *La Gaceta de Guadalajara*.¹⁰ De hecho, desde el porfiriato mismo se instauró el modelo de periodismo subordinado al poder político, que duraría alrededor de un siglo, antes de que comenzaran a verse signos de su disolución, al final del siglo XX.¹¹ Si bien en general se produjo una serie de arreglos estructurales y prácticas que significaron un gran control estatal sobre los medios, es importante dar cuenta de que éste no ha sido total, y que los medios, en especial los más influyentes como la televisión, han tenido su propia “autonomía relativa”.¹² En el plano informativo y noticioso, por ejemplo, la mayor parte del tiempo lo que ha ocurrido ha sido el funcionamiento cotidiano de una serie de relaciones y prácticas que han asegurado la autocensura de los propios medios, más que un control estatal directo, esto es, se ha generado y puesto en práctica una “cultura de la colusión”.¹³ Así, comenta Lorenzo Meyer: “En estos últimos setenta y un años, los medios de comunicación pasaron a ser parte del régimen. En buena medida, la historia reciente de México ha sido la crónica del control de los medios informativos”.¹⁴

Por fortuna, tanto en los países desarrollados como en México sigue habiendo intentos para hacer periodismo serio, “objetivo”. Por el contrario, las tendencias hacia la confusión de la noticia con el escándalo son hoy en día el estilo predominante en todos los medios, impresos y electrónicos.¹⁵ De hecho, ya desde los años cuarenta Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, partiendo de un punto de vista hasta cierto punto “apocalíptico”, habían hecho una crítica a lo que de manera apropiada llamaron la “industria cultural”.¹⁶ En nuestro país, el desarrollo histórico de los llamados medios masivos de comunicación siguió básicamente los patrones de organización de Estados Unidos, regidos por principios comerciales, siendo la publicidad en algunos casos su principal fuente de sustento (por ejemplo, en radio y televisión) o, en otros, constituyéndose básicamente en mercancías —o servicios— a consumirse, en principio, como cualquier otra mercancía por usuarios finales (revistas, periódicos, televisión de paga, cine)¹⁷. La gran diferencia con otros productos que se compran y venden en los mercados, como zapatos o comida, es que estas mercaderías —los productos culturales de los medios— están elaboradas en particular para significar, son bienes simbólicos, propuestas de sentido, mediaciones expresivas: tienen repercusiones en los imaginarios colectivos, en la definición tendencial de

las identidades y alteridades socioculturales.¹⁸ En este sentido, por ejemplo, a diferencia de Europa, donde los medios electrónicos nacieron como entidades públicas, de servicio social y compromiso enérgico hacia lo educativo y cultural, en México prevaleció el entretenimiento, la producción de ganancias y la apropiación privada de instituciones y procesos que tienen repercusiones sociales amplias.¹⁹ Los medios y sus productos son, en y por sus consecuencias colectivas, bienes públicos. De ahí una contradicción principal en su operación histórica: aquella entre sus secuelas sociales amplias y la tendencia a su apropiación y control no sólo privados, sino en extremo concentrados. Por ejemplo, en términos del favorecimiento de una política lo más cercana posible a la democracia participativa y deliberativa, fundamentada en la discusión informada, los altos grados de concentración y el comercialismo extremo en principio impiden la puesta en común del debate racional sobre ideas y temas o problemas de interés colectivo, de manera que la llamada opinión pública opera más en términos de la facultad de generar imágenes y estereotipos, a partir de eslóganes, que de la circulación de informaciones y argumentos.²⁰ Pero acerquémonos a 1968, cuando comienza nuestro relato.

La “modernización mediática”, en preparación para el 68 (hacia los juegos olímpicos)

Los medios electrónicos mexicanos recibieron un gran impulso gubernamental durante los años sesenta, en especial cuando se acercaban ya los XIX juegos olímpicos, de los que México sería sede en octubre de 1968. Desde 1963 dieron inicio algunas transmisiones televisivas a colores, ya con autorización oficial y no experimentales, por medio del sistema inventado por el pionero Guillermo González Camarena (concesionario original del canal 5), cuyas pruebas comenzaron un par de decenios antes. Mediante el sistema de microondas, que empezaba a expandirse, llegaban en directo las primeras emisiones internacionales, como el lanzamiento de la nave Mercury IX o el funeral de John F. Kennedy.²¹ El mundo comienza a “encogerse” por medio de las comunicaciones, diría años después Anthony Giddens.²² En 1965, el gobierno decidió crear la Red Federal de Microondas, que para 1970 cubriría al país de frontera a frontera. De igual manera, en 1966 México se asoció al consorcio multinacional de satélites Intelsat, con lo que ya se podrían emitir señales de radio y televisión a todo el mundo; y para 1968 se concluyó en forma puntual la Red Nacional de Telecomunicaciones. La mayor parte de la infraestructura técnica para la eventual transmisión al resto del orbe de la olimpiada fue proveída por el Estado.

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

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

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

México no sólo se enorgulleció de haber sido el país sede de las olimpiadas sino tam-

bién por la admirable labor que realizaron los técnicos mexicanos en materia de comunicaciones.²³

Volveremos más tarde a los acontecimientos previos a tan “trascendental evento”. Por el momento, recordemos que, desde 1955, los tres canales de televisión existentes en la capital de la república se habían unido en la empresa Telesistema Mexicano, argumentando que no había “suficiente mercado” para disputarlo en competencia.²⁴ Así, no sólo la televisión capitalina, sino prácticamente la de todo el país, quedó monopolizada por Telesistema Mexicano. Sin embargo, hacia 1968 el gobierno al parecer juzgó que ya era hora de propiciar un poco la competencia televisiva. Faltando tan sólo un mes para el inicio de los juegos olímpicos, se inauguraron dos nuevos canales televisivos en la capital del país, otorgados a concesionarios particulares: el canal 13, cuya frecuencia se concedió al señor Francisco Aguirre, conocido radiodifusor, y la del canal 8 a Fomento de Televisión, que se convirtió en filial del Grupo Monterrey, al ser controlada por Televisión Independiente de México (TIM). Ambos canales se inauguraron “oficialmente” con la transmisión en vivo del cuarto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, el primero de septiembre de 1968. Por el norte del país, desde 1965 se había comenzado a desarrollar Telecadena Mexicana, del productor cinematográfico Manuel Barbachano Ponce (socio minoritario del canal 8), que para fines de los años sesenta poseía ya quince televisoras.²⁵ Quizá el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz se dio cuenta de la popularidad y la enorme influencia social que estaba ganando el monopolio televisivo, así que decidió autorizar la entrada de nuevos “jugadores”. Sin embargo, en el plano informativo, ni la radio ni la televisión habían desarrollado todavía sus propios sistemas de noticieros, sino que tenían programas noticiosos que manejaban informativamente algunos periódicos, por ejemplo, *Excélsior*, *El Universal* y *Novedades*.

En lo que a la prensa se refiere, los años sesenta fueron de relativa calma, pues se encontraba en su plenitud la “cultura de la colusión”, es decir, el modus vivendi de mutua complacencia y apoyo entre el gobierno y los periódicos.²⁶ En todo caso, algunos hechos novedosos que ocurrieron contribuyeron un poco a ampliar el espectro ideológico de los medios impresos. Así, José Carreño Carlón comenta que no había prensa para “el pensamiento y las corrientes populares liberales y de izquierda”, lo que en parte se cubrió con la aparición en 1960 de la revista *Política*, en cuyos primeros números escribían Carlos Fuentes, Víctor Flores Olea y Enrique González Pedrero, entre otros.²⁷ Sin embargo, cerró en 1967. Los años sesenta vieron el comienzo de uno de los esfuerzos de periodismo cultural más interesantes, bajo el liderazgo de Fernando Benítez, en el suplemento *La Cultura en México* de la revista *Siempre!* (que para los años setenta pasó a la coordinación de Carlos Monsiváis). En 1962, se fundó otro periódico de “izquierda”, *El Día* de Enrique Ramírez y Ramírez, “para concurrir a un mercado hasta entonces dominado de manera asfixiante por las visiones de la derecha interna e internacional”.²⁸ En 1968 Mario Menéndez fundó otra revista de inclinación izquierdista: *¿Por Qué?*, la cual sufrió acosos gubernamentales y agresiones desde su nacimiento hasta los años ochenta, cuando por fin dejó de existir. Por la banda derecha, el coronel José García Valseca hacía crecer su cadena en provincia y en 1965 estableció sus diarios capitalinos *El Sol de México* del mediodía, primero, y luego su homónimo matutino. Sólo quince días después, abrió *El Heraldo de México*.²⁹

Otro hecho importante en relación con la prensa escrita fue el cambio de dirección del

periódico *Excélsior*, segundo en antigüedad de entre los periódicos capitalinos contemporáneos (*El Universal* se fundó en 1916 y el *Excélsior* en 1917). Éste había destacado desde su nacimiento, siempre como competencia principal de *El Universal*; ambos caracterizados más bien por su conservadurismo político. En 1963, falleció Rodrigo de Llano, que había dirigido *Excélsior* desde 1932, y lo sustituyó Manuel Becerra Acosta, quien a su vez murió en 1968. El 31 de agosto del mismo año comenzó la gestión de Julio Scherer García.³⁰ El llamado “periódico de la vida nacional” se convirtió en los años siguientes en una tribuna plural (donde escribieron Daniel Cosío Villegas, Gastón García Cantú, Ricardo Garibay, Jorge Ibargüengoitia, Rodolfo Stavenhagen, Pablo Latapí Sarre, entre otros), en la que se practicó un periodismo informativo crítico e investigativo, que lo hicieron merecedor de la clasificación de uno de los mejores del mundo. Ha habido algunos intentos de desmitificar tanto el trabajo periodístico de Scherer como al *Excélsior* de esos años,³¹ pero a pesar de que, efectivamente, se ha generado toda una mitología alrededor de ambos, Julio Scherer, sin ser un santo o un “héroe nacional”, ha propiciado un tipo de periodismo que el país ha necesitado: plural, crítico e independiente de los polos de poder. Y el diario, de hecho, fue por lo menos el mejor de México durante los años en que lo dirigió Scherer. A sólo un mes de que Julio Scherer asumiera la conducción de *Excélsior*, tuvieron lugar una serie de acontecimientos que imprimieron una marca indeleble en la historia reciente de México.

El 2 de octubre en los medios

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

Ante el endurecimiento del gobierno que llevó al asesinato de Tlatelolco, la radio y la televisión no manifestaron opiniones distintas de las oficiales. No es exagerado asegurar que fueron, incluso, serviles comparsas de las posiciones gubernamentales. Ni qué decir de la enorme mayoría de la prensa escrita. Los periodistas que en ese tiempo tuvieron valor y tribuna para disentir de la conducta del gobierno fueron tan escasos que los nombres de cada uno de ellos pueden ser recordados con facilidad y todos solamente en sitios de prensa escrita. José Alvarado, Fernando Benítez, Francisco Martínez de la Vega, entre esos pocos.³²

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

En 1968, la televisión privada se niega a difundir las posiciones del movimiento. Se prodigan las calumnias y las llamadas al linchamiento moral, los noticieros delatan la insignificancia numérica de las marchas. Las excepciones se localizan con rapidez: el noticiero *Excélsior*, que cubre adecuadamente las movilizaciones, y un programa especial conducido por Jorge Saldaña, más bien tibio de acuerdo con los estándares de hoy

estrepitoso en 1968, sobre todo por las intervenciones de Heberto Castillo, Ifigenia Martínez y Víctor Flores Olea, que defienden a los estudiantes, que no son delincuentes y están dispuestos al diálogo.³³

Por su parte, Elena Poniatowska rememora:

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

De todos los diarios, el más apegado a la verdad es *La Prensa* en su reportaje del 3 de octubre. Los demás periódicos hablan de agitadores al servicio de Moscú o de la Central Intelligence Agency (CIA), y airados se parapetan tras del régimen que les paga por defenderlo. La revista *¿Por Qué?*, aunque amarillista, sensacionalista, informa y consigna. Lo demás, como diría sor Juana, es engaño colorido.³⁴

Aunque en algunos casos se trató de la acostumbrada actitud pasiva y complaciente con el gobierno por parte de los medios, debemos recordar que en esta ocasión el clima político fue de persecución y de amedrentamiento directo. Hay testimonios de quienes presenciaron “cómo desde la noche misma del 2 de octubre, agentes judiciales intervinieron las redacciones, censuraron artículos y decomisaron material filmico. Ni antes ni después de esa época, al menos de manera tan ominosa y extendida, el gobierno mexicano ejerció la censura previa”.³⁵ Complementa la descripción Monsiváis: “El 3 de octubre de 1968 el gobierno aclara su verdadero principio de autoridad: la garantía de la conducta impune. La censura avasalla a los medios informativos: hay intimidaciones, sobornos y amenazas”.³⁶

Julio Scherer recuerda que: “Aquella noche, en un telefonema urgente me había advertido el secretario de Gobernación que en Tlatelolco caían sobre todo soldados y a punto de colgar el teléfono había dejado al aire la frase amenazadora: ‘¿Queda claro, no?’”.³⁷ De hecho, a pesar de que hay un cierto consenso acerca de que la cobertura de *Excélsior* habría sido una de las menos oficialistas o censuradas, Julio Scherer admitió que había tenido que ceder ante las presiones del álgido momento:

Excélsior había informado con honradez y veracidad acerca de los sucesos de Tlatelolco. Eso era cierto, pero no me engañaba. Habíamos escamoteado a los lectores capítulos enteros de la historia de esos días. Poco sabíamos de la vida pública de los presos políticos, menos aún de su intimidad, y habíamos evitado las entrevistas con ellos. Habíamos permanecido en la calle, presos nosotros frente a su cárcel. Sabía bien que en nuestras manos había estado la decisión de cumplir o no con ese trabajo, pero también sabía que el presidente no había propiciado el mejor clima para el desarrollo de una información irrestricta.³⁸

Scherer mismo reconoció que le censuró un artículo a don Alejandro Gómez Arias, quien entonces dejó de colaborar en *Excélsior*.³⁹ Pero, de nuevo, para no caer en una visión maniquea, el suplemento *Masiosare* de *La Jornada* comenta que “las únicas imágenes de la matanza

de Tlatelolco que se transmitieron en televisión ese 2 de octubre, fueron las del *Noticiero de Excelsior*, que se transmitía por el canal 2 de Telesistema Mexicano.⁴⁰ Y *Masiosare* a su vez recoge el testimonio de Monsiváis: “Eran secuencias filmadas desde el tercer piso del edificio Chihuahua. La cámara estaba a ras del suelo y se veía a los líderes del Consejo Nacional de Huelga tirados. El sonido ambiente eran los disparos interminables, una lluvia de muerte terrible”.⁴¹

Desde luego que el noticiario de *Excelsior* fue suspendido y Telesistema Mexicano comenzó los preparativos para lanzar al poco tiempo su propio programa noticioso estelar: *24 Horas*, con Jacobo Zabludovsky.⁴² La escritora Elena Poniatowska termina un artículo periodístico sobre “la prensa en tiempos de Díaz Ordaz”, con la siguiente descripción:

Tanta inserción pagada, tanta orden de aprehensión, no sólo no lograron su objetivo sino que al final de cuentas se volvieron en su contra. A partir del 68 se gesta una nueva prensa, así como empieza a moverse esa sociedad dormida que fue a despezarse en las grandes manifestaciones, en las marchas al Zócalo; una nueva sociedad, la sociedad civil, que quiere expresar su irritación, su inconformidad, y encender, veladora en mano, una luz por cada muchacho asesinado el 2 de octubre de 1968, la vanguardia política, social y cultural de su país: México.⁴³

Por fin, a pesar de la amenazas “provenientes del exterior” el 12 de octubre se inauguró el “trascendente evento” del que hablábamos antes: “Por toda la ciudad, grupos de jóvenes tocan cláxones y se entregan a la práctica exorcista de repetir el nombre del país: ‘¡¡MÉ-XI-CO!! ¡¡MÉ-XI-CO!! ¡¡MÉ-XI-CO!!’”.⁴⁴ De hecho, ni la sociedad mexicana ni los medios cambiaron de inmediato, pero sí puede decirse que el 68 fue el comienzo de un proceso de transformación que, si bien aún no se logra del todo, se empieza a notar en la democratización del país.

Gustavo Díaz Ordaz ya se había dado cuenta de la importancia de los medios para el control político, sobre todo en tiempos de excepción, como el periodo que acabamos de describir. Así, a fines de 1968 el gobierno federal propuso un nuevo impuesto que parecía estar dirigido a tomar el control de la radio y televisión. El 30 de diciembre el congreso aprobó un impuesto de 25% al “importe total de los pagos por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley”.⁴⁵ Una alternativa al pago de este impuesto, que afectaba —sin nombrarlos— a los concesionarios de radio y televisión, fue poner 49% de sus acciones en fideicomiso en una institución nacional de crédito. Hubo, entonces, la posibilidad de que el gobierno se quedara con ese 49%. Los empresarios, desde luego, consideraron estas medidas lesivas para sus intereses y reaccionaron con una campaña enérgica de presión y cabildeo, que culminó el primero de julio de 1969 con un decreto de Gustavo Díaz Ordaz, el cual autorizaba que las empresas de radio y televisión, como alternativa al pago del impuesto mencionado, pusieran a disposición del Estado 12.5% de su tiempo diario de transmisión, para que lo usara de acuerdo con sus propios fines.⁴⁶ A pesar de que no hay evidencias “duras”, es claro que se trató de un intento, fallido en este caso, para tomar el control directo de los medios electrónicos. De modo paradójico, cuando en 2002 el presidente Vicente Fox mediante un decreto (el llamado “decretazo”) anuló el impuesto, el presidente de la Cámara Nacional de Radio y Televisión —y también directivo de Televisa—, Bernardo Gómez,

declaró que tal gravamen se los había impuesto Díaz Ordaz “como castigo” por “haber dado voz e imagen a los opositores del gobierno” en 1968.⁴⁷

Hacia el final del sexenio diazordacista, un decreto presidencial del 6 de agosto creó la Red Federal de Estaciones de Televisión, asignándole treinta y siete frecuencias en diversas entidades del país. Esta red no entró en operaciones, pero preparó el terreno para una próxima participación directa del gobierno en la televisión.

Los años setenta: el intervencionismo mediático estatal

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

¿No podremos en México, si nos unimos todos empezando por quienes directamente son concesionarios de los medios de difusión y los manejan; representantes de todos los medios sociales, psicólogos y sociólogos; padres y madres de familia, y el propio Estado como un elemento de coordinación, *encontrar una fórmula* equilibrada que permita salvaguardar los intereses del auditorio, en especial los de las nuevas generaciones y simultáneamente, pero en su debida jerarquía, los de tipo privado?⁴⁸

Una muestra de la importancia que le otorgaba Echeverría a los medios fue que de inmediato, al iniciar sus labores el nuevo gobierno, instituyó dos nuevas subsecretarías encargadas “del manejo de los instrumentos de información pública, y cuya creación dio cuenta del rango político que se deseaba conferir a la política gubernamental de comunicación”.⁴⁹ Además, nombró a su hermano Rodolfo Echeverría como director del Banco Nacional Cinematográfico, la entidad principal que financiaba el cine en el país y desde donde sería el artífice de una virtual estatización de la actividad cinematográfica. Después del episodio represivo y la fama autoritaria bien ganada del régimen anterior, Echeverría intentó desde su campaña crear la idea de que en su gobierno ocurrirían cambios sustanciales, mediante lo que él mismo denominó política de “apertura democrática”.⁵⁰ Pero tal “apertura” resultó un artificio retórico, para esconder un autoritarismo igual que el anterior.⁵¹ Sin embargo, no todo lo que se hizo durante el echeverrismo fue negativo. Hay quienes, como el historiador Emilio García Riera, piensan que al cine mexicano no le fue tan mal, a pesar de la estatización casi total de la industria.

Con esta estatización —mayoritaria, no total, y forzada en buena medida— culminó en 1976 una época excepcional del cine mexicano. Nunca antes habían accedido tantos y tan bien preparados directores a la industria cinematográfica ni se había disfrutado de mayor libertad en la realización de un cine de ideas avanzadas. A pesar de que una muy actuante censura previa impidió muchas veces el abordamiento crítico de temas políticos y sociales de actualidad, y a pesar de que el cine se hizo eco de una retórica tercermundista y demagógica, los nuevos cineastas resultaron capaces por cultura y por oficio de reflejar algo de la complejidad de lo real.⁵²

El operador principal de este proceso fue el actor Rodolfo Landa, hermano de Echeverría, quien fue instalado como director del Banco Nacional Cinematográfico poco antes de que el presidente tomara posesión. Rodolfo Echeverría puso fin a ciertas “prácticas viciosas” de los viejos productores tradicionales, “negando más créditos sin garantías solventes”.⁵³ De acuerdo con Moisés Viñas:

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

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

Con esta alternativa Rodolfo Echeverría logró romper la inercia *churrera* de los viejos productores.⁵⁴

Durante ese periodo el Estado se encargó del financiamiento, la producción, la distribución, la exhibición, la preservación y la enseñanza. El gobierno había adquirido en 1960 la Compañía Operadora de Teatros (COTSA) para romper el llamado “monopolio Jenkins”; en este periodo, se incluiría además entre las propiedades gubernamentales a los Estudios Churubusco, que se convirtieron en productores en 1972 y 1973 (así como los Estudios Azteca). También durante el sexenio, se establecieron las empresas de producción Corporación Nacional Cinematográfica (CONACINE) y las “versiones paralelas” de Corporación Nacional Cinematográfica y de los Trabajadores (CONACINE I y II). El Estado controló asimismo las distribuidoras Películas Nacionales (PELNAL), para el territorio nacional, y Películas Mexicanas (PELMEX), para el extranjero. En 1972 se reinstuyó la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas y, por consiguiente, la entrega de los Arieles; y en 1974, se inauguró la Cineteca Nacional; en 1975, comenzaron las labores del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC). Además, desde 1971 funcionaba el Centro de Producción de Cortometraje, encargado sobre todo de filmaciones oficiales.⁵⁵ Prácticamente todas las actividades de la cadena productiva cinematográfica tuvieron participación estatal. Sin embargo, cabe aclarar que la participación privada no se borró del todo, sino que en algunos aspectos, al parecer, se benefició a los productores privados:

Al ser “descongelados” los precios de entrada a los cines y al desaparecer entre éstos los de segunda y tercera corrida para ser convertidos todos en salas de estreno, aumentaron mucho los ingresos de los productores privados, accionistas mayoritarios de Películas Nacionales: sin arriesgar nada y produciendo cada vez menos películas, pasaron de ganar 164 millones de pesos en 1971 a 360 millones en 1976.⁵⁶

Entre muchos aciertos filmicos, estéticos y de contenido que se lograron durante el periodo echeverrista, por desgracia hubo muy pocos éxitos de taquilla. El presidente que sucedió a Echeverría, José López Portillo, por medio de su hermana, la poeta Margarita López Portillo (a quien le creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía en la Secretaría de Gobernación), se encargó de desmontar prácticamente todo el aparato gubernamental cinema-

toográfico, además de que “llamó de nuevo a los antiguos productores y les devolvió el cine, y con ellos vino la era de las *ficheras*”.⁵⁷

Antes de revisar los casos más sonados del periodo echeverrista con respecto a la televisión y la prensa, comentaremos muy brevemente que durante el decenio de los años setenta —al igual que en los sesenta— la radio en las ciudades se especializó de manera predominante en la transmisión de música, ya no en vivo como en la época dorada de la XEW, sino mediante discos.⁵⁸ Sin embargo, hacia la segunda mitad de los años setenta, sobre todo en los ámbitos urbanos, recuperó mucho de sus funciones en “la información y el comentario periodístico”. Por ejemplo, José Carreño Carlón habla de una “recuperación del peso sociopolítico de los noticieros radiofónicos desde mediados de la década de los setenta, en que la XEW dedica toda su programación a la transmisión de noticias y empieza el despegue de Radio Red a través del programa *Monitor*, dirigido por José Gutiérrez Vivó”.⁵⁹ En provincia, en especial en el ámbito rural, la radio continuó funcionando como un enlace social importante.

Por otra parte, si bien las primeras grandes redes radiofónicas comenzaron en los años treinta con las cadenas de la XEW y la XEQ, y en los años cuarenta con Radio Programas de México, hacia los sesenta y los setenta se conformaron nuevos grupos y se expandieron las cadenas radiofónicas.⁶⁰ Es decir, ocurrió un proceso de concentración del medio, de tal manera que para 1977, quince grupos controlaban 84% de las estaciones comerciales en México.⁶¹ En 1970 había 604 estaciones de radio en el país, de las cuales 580 eran comerciales y 24 culturales; en 1975 eran un total de 696 (668 comerciales y 28 culturales); y en 1980 se contaban 852 en total (905 comerciales y 47 culturales).⁶² A pesar de un incremento de las estaciones permisionadas, que ocurrió durante la segunda parte del decenio de los setenta (es decir, ya en el sexenio de López Portillo), es claro que el crecimiento de la radiodifusión se dio casi exclusivamente en el aspecto comercial. En un trabajo escrito en los años setenta por dos empleados de Televisa, se aclaraba (o justificaba) la concentración de la industria de la radiodifusión en el país:

Las redes hacen más barata la administración y permiten a los radiodifusores intercambiar radionovelas y otros programas muy elaborados que, a su vez, los puede producir una organización central creativa, especializada, profesional. El gobierno favorece esta tendencia a la centralización, ya que, desde su punto de vista, facilita la regulación y el control.⁶³

En 1971, varios funcionarios de alto nivel del gobierno de Luis Echeverría comenzaron a hacer críticas públicas al funcionamiento de la radio y la televisión. Al parecer, el gobierno federal quería ejercer un mayor control sobre los medios. Recordemos que el 10 de junio de 1971 hubo otra represión estudiantil por parte de los llamados “halcones”, un cuerpo paramilitar al parecer entrenado en Estados Unidos.⁶⁴ Si bien, dada la retórica de “apertura democrática”, fue más difícil censurar a los medios que en 1968, otra vez resultó claro para un gobierno represor y autoritario, como al final de cuentas fue el de Echeverría, que era necesario controlar los medios de comunicación. Incluso, se llegó a plantear la posibilidad de la “nacionalización” de radio y televisión.⁶⁵ Las críticas continuaron en 1972. En marzo de ese año, el gobierno forzó la adquisición del canal 13, que había tenido problemas económicos:

El 15 de marzo de 1972 el gobierno mexicano adquirió el canal 13 de la televisión capitalina. Unos meses antes, la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SOMEX, había comprado 72% de las acciones de esa televisora, entonces en manos de particulares. El 15 de marzo recibió 28% restante y con ello se inauguró una nueva etapa en la televisión en México.⁶⁶

Desde entonces y hasta los años noventa, el Estado mexicano se convirtió en emisor televisivo pero, de modo paradójico, ni canal 13 ni la organización que surgió en los años ochenta (IMEVISION) abandonaron el carácter comercial. El 21 de marzo, unos días después, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) anunció que se pondría en marcha el proyecto de desarrollo de la televisión rural, lo que se corrobora con un decreto publicado en mayo.⁶⁷ “Este servicio, que en junio siguiente se convirtió en Televisión Cultural de México, incluye [...] materiales producidos por la propia SCT, los programas difundidos en la televisión comercial con cargo a 12.5%, así como selecciones de los canales 11 y 13 y algunas de la televisión comercial.”⁶⁸ Asimismo, se anunció la posibilidad de que se elaborase una nueva ley en la materia (la vigente en ese momento —y todavía cuando se escribe esto, más de treinta años después— databa de 1960). Los concesionarios hicieron manifestaciones públicas de preocupación y descontento. Hubo reuniones privadas con el presidente y parte de su gabinete, presiones, cabildeos y negociaciones.

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

La pluralidad de la televisión mexicana puede sintetizarse diciendo que el canal 2 permite una comunicación nacional; el canal 4, la urbana; el canal 5, la mundial; el canal 8, la retroalimentación nacional; el canal 11, la educativa; el canal 13, la cultural. Y 12.5% del tiempo que al Estado le reserva la ley en los canales, está teóricamente dedicado a las necesidades de comunicación de los gobernantes con la opinión pública.⁶⁹

La supuesta “fórmula mexicana” describe muy bien la distribución de canales entonces existente en el valle de México, pero no una presencia en verdad *nacional*, especialmente de los canales gubernamentales (el 11 y el 13). Muchos observadores hemos comentado que, para el “ruido” que se generó, al final los resultados no fueron perjudiciales para los concesionarios, sino todo lo contrario. Por ejemplo, si bien no hubo una nueva ley de radio y televisión, sí se aprobó un reglamento que atendía a los contenidos en radio, televisión y cine. Miguel Ángel Granados Chapa comenta al respecto:

Todo fue, sin embargo, sólo fuego de artificio. La querrela, aparente o real, entre Estado y medios electrónicos se resolvió en una victoria para éstos. En efecto, el 4 de abril de 1973, apenas unos meses después de la presunta embestida gubernamental contra la radio y la televisión, el ejecutivo dictó un reglamento que favorecía el interés de los concesionarios. Se trata del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión.⁷⁰

Si bien es cierto que en líneas generales el reglamento, al igual que la ley promulgada trece años antes, era bastante favorable para los concesionarios, hay que apuntar que por otro lado no era del todo propicio para la libertad de expresión, al “trasladar a la televisión los mecanismos de la censura cinematográfica que, bajo el nombre de ‘supervisión’, se ejerce en contra de lo que dispone la Constitución General de la República”.⁷¹ En octubre de 1974 se suspendieron treinta y siete programas de televisión, aunque más de la mitad ya no se transmitían cuando ocurrió la suspensión.⁷² Por otra parte, entre febrero de 1971 y septiembre de 1975, la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Educación Pública declaró ilícitas ciento treinta y seis publicaciones. Si bien estas acciones se inscribían en particular dentro del marco de la lucha contra la pornografía, muestran la capacidad censora del gobierno de la “apertura democrática”. Es claro que la apertura fue selectiva, incluso contradictoria.

Tenemos el caso paradójico del periódico *Excélsior*, que habiendo aprovechado la “apertura democrática”, durante la primera mitad de los años setenta se convirtió en un foro crítico importante, en el que se manifestaban voces en contra de la dependencia económica y las injusticias del capitalismo y del “imperialismo”. La investigación de Angela Delli Sante⁷³ documenta de forma muy sólida cómo se orquestó una campaña desde las cúpulas del poder económico trasnacional (la American Chamber of Commerce-Mexico), a la que respondieron las grandes firmas mexicanas también, para retirarle la publicidad y obligarlo a cambiar de línea editorial. A su vez, esta campaña fue apoyada por Televisa y miembros de la Cámara Nacional de Radio y Televisión, en lo que entonces llamaron la “guerra de los medios”.⁷⁴ Esto ocurrió sobre todo entre enero de 1972 y marzo de 1973. Sin embargo, desde el poder ejecutivo se lanzó la orden a todas las dependencias gubernamentales y empresas paraestatales (recordemos que el sector paraestatal creció mucho en ese sexenio) de que le compraran espacio publicitario al periódico, lo que eventualmente lo salvó de la potencial bancarrota.⁷⁵ Aún en fechas recientes, el gobierno se cuenta entre los principales anunciantes en los medios masivos, pero el caso *Excélsior* nos demuestra con claridad que esta forma de presión y control potencial puede ejercerse también desde el propio sector privado. Lo paradójico del asunto es que el periódico siguió gozando del —aparente— clima de libertad de prensa de la “apertura democrática”, pero cuando al gobierno ya no le pareció, desde la misma cúpula que lo había salvado, probablemente, se le orquestó un “golpe de Estado” al entonces director Julio Scherer.⁷⁶ El 8 de julio de 1976, Scherer y un numeroso grupo de periodistas fueron expulsados por los cooperativistas liderados por Regino Díaz Redondo. Al respecto, comenta Trejo Delarbre:

Aquella crisis fue atribuida a la malquerencia del entonces presidente Luis Echeverría pero, además, fue posible por errores en la conducción administrativa y política de esa empresa editorial —es posible que en aquella asamblea de cooperativistas que expulsó

a Scherer hubiese acarreados, pero ese director y su grupo de periodistas no lograron mantener la adhesión de los trabajadores de *Excélsior*.⁷⁷

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

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

don Jorge Álvarez del Castillo, dueño del diario tapatío *El Informador*, suscribió una aportación de un millón de pesos (casi otro tanto de lo reunido en la capitalización masiva). No quiso que se le acreditara, a partir de un razonamiento tajante, radical: contribuía a la edición de la nueva revista como activo gesto de rechazo a la arbitrariedad gubernamental; pero no quiso asociar su nombre al tipo de periodismo que hacían sus beneficiarios, pues le disgustaba.⁷⁸

En la medida en que la revista *Proceso* ha mantenido una línea crítica e independiente de las instancias del Estado, no ha podido depender —como en forma tradicional lo han hecho muchos impresos en México— de la publicidad gubernamental. Por esa razón, ha seguido una estrategia de aparentar un cierto grado de “amarillismo político”, lo que le ha asegurado una gran circulación y ventas publicitarias no necesariamente ligadas con compromisos políticos. Si bien puede ser criticable el “amarillismo político de *Proceso*”, también es de reconocerse que: “En el otro lado de la balanza, el ímpetu denunciatorio de la revista de don Julio Scherer fue, durante largo tiempo, el contraste disruptor del adocenamiento de una prensa fundamentalmente ensimismada en la complacencia con un poder político que la dejaba hacer negocios en tanto no hiciera olas”.⁷⁹

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

Reforma política y derecho a la información: en busca de la cuadratura del círculo

El gobierno de Luis Echeverría efectuó en 1973 una reforma electoral, concretada en la Ley Federal Electoral que se promulgó el 5 de enero. Esta nueva ley incluyó la disposición de

proporcionar a los partidos políticos nacionales registrados la posibilidad de transmitir sus tesis y programas dentro del tiempo de 12.5% del impuesto de 1969. Fue, entonces, la primera vez que los partidos tuvieron tal prerrogativa. Esta reforma fue un antecedente inmediato e importante de la reforma política de 1977.⁸⁰

Por otro lado, recordemos que por diversas razones —analizadas en otro capítulo de esta obra—, José López Portillo se presentó como único candidato a la presidencia de la República en 1976, además de que el sexenio de Luis Echeverría terminó con una fuerte crisis económica. La idea de una “reforma política” se originó durante la aguda crisis de 1976, en virtud de que la legitimidad del Estado se encontraba severamente debilitada. Los síntomas de una crisis política, de hecho, habían comenzado a asomar desde 1968. Por otra parte, a raíz de la “apertura democrática” echeverrista, surgió un buen número de grupos, organizaciones y partidos opositores —algunos de derecha, la mayoría de izquierda— que expresaban algún grado de descontento social, lo que a su vez mostraba que el aparato priísta era cada vez más incapaz de incorporar a segmentos importantes de la población. La entrante administración de José López Portillo propuso entonces la realización de una reforma política. Los ideólogos del Estado, como don Jesús Reyes Heróles (presidente del PRI durante la campaña y luego secretario de Gobernación), sabían que tenían que ampliar las posibilidades de participación y representación políticas. En noviembre de 1977, el congreso aprobó la reforma política, junto con una nueva ley electoral. Aquella comprendía tres componentes centrales:

- a) Se facilitaba relativamente el registro legal a nuevos partidos políticos.⁸¹
- b) El número de curules en la cámara de diputados se incrementó de 250 a 400 (de las cuales 100 eran plurinominales).
- c) Se garantizó a todos los partidos contendientes el acceso gratuito a los medios electrónicos de comunicación.

Con la promulgación de la nueva Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), se realizaron algunas enmiendas constitucionales, de las cuales la más relevante para este escrito es la adición al artículo 6º, que garantiza la libertad de expresión de la cláusula: “El derecho a la información será garantizado por el Estado”. Esta frase provocó un acalorado debate político durante los siguientes dos o tres años, en la medida en que por su brevedad y ambigüedad despertó múltiples expectativas y temores entre los diferentes actores. La reglamentación del derecho a la información se convirtió, entonces, en una bandera de lucha tanto para los concesionarios y propietarios de medios, que defenderían a rajatabla el statu quo, como para intelectuales e investigadores, trabajadores, partidos políticos y otros grupos interesados en el asunto. Se llegó a creer que la reglamentación del derecho a la información posibilitaría incluso una reforma al régimen de propiedad y control de los medios.⁸²

Es incierto cuán lejos querían llegar López Portillo y Reyes Heróles en la modificación del sistema de información mexicano. La reforma política de la que fue parte el tema del derecho a la información ha sido explicada como una “reforma preventiva”, es decir, un cambio “gatopardesco” del que se esperaba en realidad que nada cambiara.⁸³ En su segundo informe de gobierno, López Portillo anunció que pronto enviaría al congreso un proyecto de ley de garantías al derecho a la información, que daría concreción a la parte final del artículo 6º constitu-

cional. El presidente insinuó que la idea era democratizar el sistema de información, pero no dio ninguna indicación sobre cómo se lograría esto:

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

Nuestro orden jurídico deberá hacer de la información una fuerza democrática, en cuyo ejercicio participen las diferentes corrientes de opinión y los individuos.⁸⁴

En diciembre de 1978 se convocó a audiencias públicas, que tendrían lugar en la Comisión Federal Electoral. Los propietarios de medios de inmediato comenzaron una campaña de presión por todos los canales posibles, formales e informales. Otros sectores participaron en las presiones públicas, como el sindicalismo oficial, que reclamaba la democratización de los medios.⁸⁵ Esta consulta pública no se realizó y en principio quienes estaban en contra de la reglamentación del derecho a la información tuvieron un éxito político cuando en mayo de 1979 renunció Jesús Reyes Heróles a la Secretaría de Gobernación. A fines de ese año, López Portillo decidió que, después de todo, siempre sí habría consultas públicas sobre el derecho a la información, sólo que en una tribuna diferente: la cámara de diputados. Por coincidencia, el nuevo líder de la mayoría en la cámara era Luis M. Farías, concesionario radiofónico, exlocutor y expleado de los Azcárraga (fue el lector de noticias en el primer noticiario del canal 2, en 1951). Farías presidiría las audiencias.

Entre el 21 de febrero y el 6 de agosto de 1980 hubo veinte audiencias públicas sobre el derecho a la información, la mayoría en el recinto de la cámara y seis en distintas ciudades de provincia. Televisa fue la única organización que, como tal, participó en varias ocasiones, presentando discursos en ocho de las veinte reuniones. Los opositores a la reglamentación constituyeron 17% del total de ponentes, mientras que cerca de 45% estaba a favor. Durante los casi seis meses en que se efectuaron las audiencias, hubo declaraciones de funcionarios gubernamentales que se contradecían entre sí. Luis M. Farías se contradijo a sí mismo, a veces de un día para otro. Sin embargo, la mayoría de sus declaraciones fue en el sentido de que, si se ponía en peligro la libertad de expresión, no habría reglamentación. Después de muchos debates, ponencias, discusiones y anuncios, finalmente Luis M. Farías declaró en octubre de 1981 que era "innecesario" reglamentar el derecho a la información.⁸⁶ El tema se congeló de nuevo y, a pesar de que hubo algunos intentos por renovarlo, incluso ya comenzado el sexenio de Miguel de la Madrid, fue claro que, como dijo Farías, "no le encontramos la cuadratura al círculo".⁸⁷

Como ya se mencionó, José López Portillo había creado en julio de 1977 la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, con su hermana Margarita López Portillo como titular; y que en el aspecto de la actividad cinematográfica, a pesar de que el cine casi por completo estatizado tuvo algunos logros expresivos y estéticos, aunque no de taquilla, en la nueva administración fue devuelto a los empresarios, quienes retornaron a la producción de películas de ficheras y similares. En general, el intervencionismo del sexenio echeverrista se vio atemperado durante el de López Portillo, aunque no se pasó a un modelo neoliberal propiamente. Como se vio antes, el debate del derecho a la información despertó expectativas de democrati-

zación mediática, pero en realidad no existió una política clara al respecto. De hecho, hubo diversos cambios de personal encargado de las relaciones entre el Estado y los medios, así como de los medios de propiedad gubernamental: cinco cambios en la oficina de prensa del presidente; hubo nueve directores en el canal 13 a lo largo del sexenio, tres en Radio Educación, dos en canal 11 y tres en el periódico estatal *El Nacional*. Ésta es una muestra clara de que el gobierno no sabía qué hacer con sus medios, ni con sus relaciones con los medios privados. La hermana del presidente, desde RTC, básicamente benefició a Televisa y a algunos otros empresarios, pero sin una política pública definida.⁸⁸

La prensa: en busca del lector perdido

En un libro publicado alrededor de 1982, Petra Secanella comentaba la “constante aparición de nuevas publicaciones” en México.⁸⁹ Celebraba la autora que hacia el inicio de la década de los ochenta predominaban los periódicos y revistas de circulación nacional que eran francamente de “izquierda” o por lo menos se mostraban independientes y críticas, por sobre las “conservadoras”.

Tabla I. Orientación de las publicaciones de circulación nacional

IZQUIERDISTAS	CRÍTICAS	CONSERVADORAS
<i>Crítica Política</i>	<i>Contenido</i>	<i>El Heraldo</i>
<i>Así Es</i>	<i>Siempre!</i>	<i>Novedades</i>
<i>Dí</i>	<i>Quehacer Político</i>	<i>La Prensa</i>
<i>Proceso</i>	<i>Cambio</i>	<i>Cuestión</i>
<i>unomásuno</i>	<i>Mañana</i>	<i>El Periódico</i>
<i>Oposición</i>	<i>Diario de México</i>	<i>Hoy</i>
<i>Nexos</i>	<i>Razones</i>	<i>El Sol de México</i>
<i>Por Esto</i>	<i>El Día</i>	<i>Impacto</i>
	<i>Respuesta</i>	
	<i>Vuelta</i>	
	<i>Plural</i>	
	<i>Diálogos</i>	

Fuente: P. M. Secanella, *El periodismo político en México*, Prisma, México, s.f., p. 44.

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

A pesar del optimismo de Secanella, Raúl Trejo ha demostrado que en realidad las nuevas publicaciones han ido sustituyendo a las que desaparecen:

Entre diarios y periódicos semanales o de otra periodicidad, el *Directorio de Medios Impresos* registraba al terminar 1977 la existencia de 319 publicaciones en todo el país. Para comienzos de 1998, los impresos clasificados con el mismo criterio sumaban 307. Prácticamente, la misma cantidad. Pero de esos 307 diarios y similares, 152 surgieron a partir de 1978. Es decir, de los 319 periódicos incluidos en el recuento de hace dos décadas, desaparecieron 164.⁹⁰

En las dos décadas que considera Trejo, más de la mitad de los periódicos que existían desaparecieron. Por desgracia, al parecer somos un pueblo que no lee mucho, ni siquiera el periódico.⁹¹ Entonces, la constante aparición de revistas y periódicos que registró la autora antes mencionada no se tradujo en incrementos en los niveles de lectura de la población mexicana. Esto también se demuestra en los magros tirajes de los periódicos mexicanos⁹² y en las encuestas de consumo de medios impresos.⁹³ A su vez, eso se ha reflejado, en un contexto más general, en el declive de la industria editorial mexicana.⁹⁴ Por ejemplo, en el X Censo General de Población y Vivienda se hizo un par de preguntas sobre hábitos de lectura. Sólo 14.4% de la población alfabeta de 15 años o más, indicó que acostumbraba leer; 27.3% manifestó leer sólo cuentos, historietas, fotonovelas y revistas; 12% dijo leer sólo periódicos, mientras que 20% seleccionó la respuesta “sólo libros”.⁹⁵ Por otra parte, el recuento anterior, de Petra Secanella, también refleja que en el corto plazo las estrategias hegemónicas del tipo “apertura democrática” y reformas preventivas como la aparente apertura política y mediática de la reforma política lopezportillista, dejaron una impresión de un predominio de “la izquierda” y de las preocupaciones sociales.⁹⁶ Hoy se sabe que, por lo menos de parte de Luis Echeverría, casi toda su retórica “progresista” fue eso, pura retórica.

“Te pago para que me pegues”

Otro grupo de excolaboradores del *Excélsior* de Scherer fundó en 1977 el periódico *unomásuno*, dirigido por Manuel Becerra Acosta (hijo del director anterior a Scherer, y quien había colaborado con éste como gerente de *Excélsior*). Al respecto comenta Granados Chapa:

El diario introdujo una novedad formal que hizo escuela: el tamaño tabla, que luego daría lugar a varios tabloides. Auspiciado por Jesús Reyes Heróles, pero no dependiente suyo, fue el diario de la reforma política, de los nuevos aires culturales, de una forma de modernidad social (distinta de la económica poco después impuesta por el neoliberalismo), de nuevos géneros periodísticos.⁹⁷

El *unomásuno* tuvo gran influencia periodística durante poco más de un lustro, hasta que se gestó un conflicto interno del que ya no se repuso. En noviembre de 1983 todo el cuerpo de redacción, salvo Becerra Acosta, se alejó del diario. “Maniobras cada vez más oscuras, cada vez más turbias, lo hicieron cambiar de manos hasta que quedó en las de Manuel Alonso, que fue vocero de Miguel de la Madrid y director de la Lotería Nacional con Carlos Salinas.”⁹⁸ Quienes abandonaron el periódico fundaron en 1984 *La Jornada*. De hecho, en alguna medida toda aquella generación de periodistas y muchos aprendices suyos renovaron e hicieron más abierto, fresco y crítico el periodismo mexicano, en particular en esos años, en la capital del país. En virtud

del auge petrolero, durante el sexenio de López Portillo principió el diarismo económico: “Lo inició un pequeño tabloide de vida efímera, *El Centenario*, seguido por *El Financiero*, cuyo primer número apareció el 15 de octubre de 1981”.⁹⁹

También López Portillo tuvo sus desavenencias con Julio Scherer. En un arrebato, ordenó el retiro de la publicidad gubernamental de *Proceso*, por las críticas que se emitían desde la publicación al gobierno federal. Fue proverbial el comentario del presidente: “Te pago para que me pegues”.¹⁰⁰

Radio comercial de gobierno, concentración en la radio comercial

Después de que el gobierno federal contaba ya con una red televisiva comercial, la del canal 13, en 1979 entró a “competir” en el terreno de la radio comercial. En muchos casos de estas adquisiciones, se trató de “salvar” a empresas en dificultades financieras, como el Grupo Radio Fórmula, que desde 1976 tenía problemas financieros y fiscales. Si bien el grupo pensaba vender sus siete emisoras, finalmente entregó tres al gobierno: XEMP, XERPM y XEB. Entre diciembre de 1978 y febrero de 1979 las secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes decidieron adscribir las estaciones a la Secretaría de Gobernación, donde serían encargadas para su operación a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía.¹⁰¹ Pero también entre 1979 y 1982 se establecieron varias radioemisoras a cargo del Instituto Nacional Indigenista (INI), comenzando por La Voz de la Montaña en Guerrero, a la que siguieron La Voz de la Mixteca en Oaxaca, La Voz de los Mayas en Yucatán, La Voz de los Purépechas en Michoacán y La Voz de la Frontera Sur en Chiapas.¹⁰²

La radio comercial, por otro lado, mostraba un muy alto grado de concentración en su control a fines de los años setenta, en especial las estaciones de amplitud modulada (AM), donde dos terceras partes de las emisoras eran controladas por los principales ocho grupos, tal como puede observarse en la tabla II.

Tabla II. *Control de la industria radiofónica, 1979*

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

Fuente: Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1986, p. 151.

Durante los años setenta tuvo lugar un desarrollo moderado pero sostenido de la televisión por cable. Ésta surgió desde 1954 en Nogales, Sonora, como un servicio para que estadounidenses vecindados de este lado de la frontera pudieran ver los canales de su país.¹⁰³ Entre 1963 y 1964 se abrieron dos servicios similares en ciudades fronterizas (Piedras Negras y Ciudad Acuña, Coahuila), y otro más en Monterrey. En 1969 se crearon dos nuevos sistemas de televisión por cable: uno en Uruapan, Michoacán, y otro en la ciudad de México, este último propiedad de Telesistema Mexicano. Cablevisión fue durante varios años la empresa que dominó el mercado de la ahora llamada “televisión de paga”, pues tenía el monopolio del cable en el Distrito Federal. En provincia, en aquellos primeros años se establecieron sistemas de cable principalmente en estados cuya orografía impedía pasar las señales de microondas, como Michoacán, para que los pobladores pudieran ver las señales generadas en Morelia y, a veces, en Guadalajara y la ciudad de México. De seis sistemas en operación en 1970 se pasó a 56 en 1979. Estos sistemas daban servicio a 2,500 suscriptores en 1970 y a 210,511 en 1979.¹⁰⁴ Sin embargo, el crecimiento explosivo de la televisión por cable ocurrió en realidad hasta los años noventa. Quizá por esa razón, a pesar de que es una tecnología que surgió en Estados Unidos en los años cuarenta y se implantó por primera vez en México en los cincuenta, se le sigue considerando entre las “nuevas tecnologías” (independientemente de que se ha seguido innovando y renovando la propia tecnología del cable, desde el cobre hasta la fibra óptica y la digitalización).¹⁰⁵ Si bien la empresa dominante en el mercado era Cablevisión, de Televisa, por atender el mercado más grande (el Distrito Federal) y porque a su vez proveía de programación a la mayoría de las empresas de cable de los estados, en general había un escenario no tan concentrado y centralizado en la propiedad y el control del medio, pues las concesiones se fueron otorgando a empresarios de las regiones.¹⁰⁶

Los años ochenta: el inicio del neoliberalismo

Cuando Miguel de la Madrid Hurtado asumió la presidencia, recibió las riendas de un país hundido en una profunda crisis económica y social.¹⁰⁷ Al creciente aumento de la deuda externa, de la inflación y del empobrecimiento de la población, se sumó una tragedia social como fue el terremoto de 1985, que despertó y unió a una sociedad civil vulnerada e indignada por la inmovilidad del gobierno. Ante el desorden organizativo en que el gobierno de José López Portillo dejó sus relaciones con los medios, en particular los audiovisuales, en marzo de 1983 la administración de Miguel de la Madrid llevó a cabo una reorganización del sector, mediante la creación de “un dispositivo de coordinación” denominado Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal. Es curioso que al gobierno de Miguel de la Madrid se le suele atribuir el haber iniciado el “viraje neoliberal” (básicamente la reducción del tamaño y la acción del gobierno en la economía y el énfasis en el mercado, en especial en el internacional —la llamada “globalización” desde una perspectiva muy simplista), pero en materia de medios tendió a fortalecer y ampliar la participación gubernamental. Así, como parte de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, se constituyeron tres nuevas dependencias: el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION).¹⁰⁸ Los recursos del Estado para cada uno de estos medios pasaron a formar parte del instituto respectivo. Así, por ejemplo las estaciones radiofónicas comerciales que re-

cientemente había adquirido el gobierno, se adjudicaron al IMER; el canal 13 y su red nacional, y otras televisoras como el canal 22 del Distrito Federal, el 8 de Monterrey y la red de Televisión de la República Mexicana, quedaron a cargo del Instituto Mexicano de Televisión. Ese mismo año, Televisa convirtió su canal 8 en cultural, sin anuncios. Cabe preguntarse si, al mostrar esta empresa que también podía hacer “cultura”, el gobierno decidiría continuar por el camino comercial en sus televisoras. En mayo de 1985, se instituyó la empresa paraestatal IMEVISION, dependiente del Instituto Mexicano de Televisión y se creó el canal 7, al que adjudicó el gobierno casi todas las estaciones de la red de Televisión de la República Mexicana. Así, IMEVISION sería una empresa televisiva con dos canales nacionales, el 13 y el 7 —con 44 y 99 repetidoras respectivamente—, así como el 22 de UHF del Distrito Federal, el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua (con una repetidora en Ciudad Juárez).¹⁰⁹ Pero, de nuevo, no se trató de una televisión de servicio público, sino comercial, en principio compitiendo con Televisa en su propio campo.

Si bien este reacomodo centralizador de los recursos mediáticos del gobierno federal ocurrió en gran parte siguiendo la retórica descentralizadora de Miguel de la Madrid, durante los años ochenta hubo un desarrollo acelerado de estaciones televisivas de los gobiernos de los estados y de “sistemas de radio y televisión”, entre los cuales en aquel tiempo sobresalieron el michoacano, el mexiquense y el quintanarroense. Si bien desde los años cuarenta y cincuenta se habían establecido estaciones de radio estatales, la primera de televisión fue el canal 4+ (Cuatro Más), del gobierno de Veracruz.¹¹⁰ En la actualidad existen estos sistemas regionales de comunicación social en todos los estados de la república. Las radios estatales se expandieron correspondientemente, tal como describe Cristina Romo, refiriéndose a la radio permisionaria:¹¹¹

En la década de los años cincuenta no se otorgó ningún permiso. El siguiente decenio sólo vio nacer ocho más. En los años setenta se observa un considerable aumento, 15, que en la presente década [los ochenta] se triplica con 45 nuevas radiodifusoras. De esta cifra 33 surgen entre los años 82 y 85, con la apertura de la mayoría de las indigenistas y las de los sistemas estatales. Hay que hacer notar que hace diez años había en el país sólo dos estaciones manejadas por gobiernos estatales, el de Jalisco y el de Chiapas.¹¹²

Un suceso importante que influyó de manera cardinal a los medios —al igual que al resto de la sociedad mexicana—, fue el sismo del 19 de septiembre de 1985 en la ciudad de México, que también afectó, aunque menos catastróficamente, a otras localidades, entre ellas Ciudad Guzmán, Jalisco. En esa ocasión, y durante algunas semanas, los medios masivos de difusión funcionaron en verdad como vehículos de comunicación directa y enlace entre los ciudadanos, con organizaciones no gubernamentales y con el gobierno. Entonces, por ejemplo la radio operó como un medio para las comunicaciones locales e inmediatas: avisaba que se necesitaba algo en tal lugar de la propia ciudad de México y en poco tiempo había ahí personas ayudando y llevando lo que era necesario. El 19 de septiembre y los días siguientes, alrededor de 90% de la población se informaba por medio de la radio en la ciudad de México.¹¹³

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

les e informales— de comunicación con las autoridades se quiebran o se muestran ineficientes y desbordadas.¹¹⁴

La televisión, por otra parte, además de cumplir funciones similares, podía enlazar y comunicar a personas en la ciudad de México con familiares en provincia o, incluso, en el extranjero, particularmente en Estados Unidos. El periodismo escrito, se convirtió en más crítico, exigente e independiente. Este funcionamiento acoplado de manera intensa de la sociedad civil con los medios, auténticamente al servicio de la misma, con seguridad contribuyó al proceso de democratización de la sociedad mexicana, que comenzó desde el 68.

En la llamada “década perdida” la radio continuó concentrada en unos pocos grupos y familias, aunque no tanto como la televisión: de veinte grupos con base en el Distrito Federal, los cinco más importantes controlaban 44% de las estaciones comerciales hacia el final del decenio.¹¹⁵ Por otra parte, se extendieron las capacidades técnicas de la radiodifusión, lo cual permitió a los empresarios intentar diversas innovaciones para luchar por un pedazo del “pastel” publicitario. Hacia mediados del decenio hubo un desarrollo explosivo de la banda de frecuencia modulada (FM), de tal manera que para 1985, en la capital, ya había más estaciones en FM que en AM (amplitud modulada).¹¹⁶ Entre 1986 y 1988, varias cadenas radiofónicas solicitaron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el alquiler de transpondedores en el Sistema Morelos de Satélites —cuyos dos artefactos fueron puestos en órbita en 1985. Entre ellas, se contaban la Organización Radio Centro, el Grupo ACIR, Organización Impulsora de Radio (OIR), Radiodifusoras Asociadas, S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana, Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM). Es decir, las más importantes, que comienzan a transmitir a nivel nacional vía satélite y algunas, después, hacia el mercado hispano de Estados Unidos. Ya hacia los años noventa se perfila el uso de la estereofonía en AM y se despeja el camino hacia la radio digital.¹¹⁷ Ya se indicó antes que, en lo que se refiere a la programación, durante el decenio de 1980 se desarrolló la radio informativa y de participación del público, aunque de manera todavía limitada, en la medida en que la mayor parte del público escuchaba principalmente música.

De cualquier manera, en AM se encuentran las estaciones más escuchadas por ser su programación más popular, por emitir prácticamente sólo canciones en español; es aquí donde las estrellas de la venta de discos promovidas por la televisión “suenan” todo el día; aunque se pueden encontrar también canciones en inglés. [...] Por lo general, las estaciones de radionovelas, las informativas y las que transmiten los eventos deportivos, lo hacen en la banda de amplitud modulada.¹¹⁸

En cuanto a las nuevas tecnologías, en 1985 se lanzaron los primeros satélites mexicanos de comunicaciones: el 17 de junio entró en órbita el Morelos I, primer componente del Sistema Morelos de Satélites, y el 27 de noviembre su respaldo, el Morelos II. Por otra parte, en septiembre de 1985, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos autorizó a la empresa Panamerican Satellite Corporation (PANAMSAT) —en la cual tenía participación la familia Azcárraga— la construcción y el manejo de servicios internacionales de transmisión por satélite, a partir de la aprobación en 1984 por parte del presidente estadounidense, Ronald Reagan, para que se diesen ese tipo de concesiones a empresas privadas.

En mayo de 1986 comenzó el primer sistema restringido de señales de televisión MMDS¹¹⁹ de forma modesta en la compañía Cine Visión en Casa, S.A. (CVC) de Guadalajara, Jalisco. Ésta transmitía por una cuota mensual en sus dos canales (adicionales a los de la televisión “normal”) películas subtituladas —en algunos casos por la misma empresa— en su mayoría estadounidenses y retransmitía canales de Estados Unidos.¹²⁰ Ignoramos la situación legal de esta empresa, puesto que, por ejemplo, en un informe de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) encontramos que: “En cuanto al servicio a través de la tecnología MMDS, el 28 de noviembre de 1988 se registra la expedición de la primera concesión de sistema de distribución de señales restringidas de televisión, con área de cobertura en la ciudad de México y zona metropolitana”.¹²¹ En este último caso, se trató de la empresa Multivisión, que inició la competencia fuerte al cable en el país. El desarrollo definitivo y sostenido de la televisión de paga (por cable, satélite y MMDS) tuvo lugar durante el decenio de los noventa.

La segunda mitad de los años ochenta comenzó de manera desfavorable en el ámbito internacional para la empresa Televisa. El 8 de enero de 1986, después de varias demandas por parte de ciudadanos estadounidenses que iniciaron en 1976 en contra de la Spanish International Communications Corporation (SICC), un juez federal en Los Angeles, California, sentenció que esta empresa era controlada —en contra de la ley estadounidense— por intereses extranjeros (la familia Azcárraga). En consecuencia, se les negó la extensión de las concesiones de las televisoras que eran propiedad de SICC y debían venderlas. A su vez, SICC operaba una red de alcance nacional, llamada Spanish International Network (SIN), cuyas primeras estaciones se iniciaron a principios de los años sesenta en Texas y California. En junio de 1987, Hallmark Cards, Inc. y el First Chicago Venture Capital, adquirieron las empresas por 301.5 millones de dólares.¹²² Spanish International Network (SIN) se transformó en Univisión y continuó vendiendo programación y publicidad para alrededor de cuatrocientas televisoras “hispanas” afiliadas de costa a costa en Estados Unidos. Durante los años noventa, los Azcárraga recobraron participación, aunque ya no el control, de Univisión.

Este revés trajo como consecuencia una serie de reacomodos en la que ya se había constituido en la mayor empresa productora y distribuidora de programas de televisión en el mundo de habla hispana. Esto significó el traslado en agosto de 1986 de Emilio Azcárraga a Los Angeles, California, donde fundó Univisa, Inc., que quiso ser una gran corporación trasnacional multimedios. Jacobo Zabludovsky se mudó a Miami, Florida, donde iniciaría la agencia Eco¹²³ de noticias, y desde donde reorganizaría los noticieros de Univisión. Sin embargo, un par de meses después se vio forzado a regresar a México, porque renunciaron prácticamente todos los periodistas de la cadena Univisión, quienes consideraban a Zabludovsky vocero del gobierno mexicano, más que un periodista independiente.¹²⁴ Poco después también Emilio Azcárraga regresó a México. Televisa no dejó de ser la principal trasnacional de habla hispana en el negocio del espectáculo audiovisual, pero en esa ocasión no pudo competir desde dentro del gran mercado mundial que es Estados Unidos. En diciembre de 1988, Eco comenzó transmisiones *desde México* directamente a Europa, mediante la interconexión de cinco satélites internacionales. Tanto Emilio Azcárraga Vidaurreta, como Emilio Azcárraga Milmo, exhibieron siempre una vocación por la expansión internacional de sus negocios.¹²⁵

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

La función principal de IMCINE era la de alentar un buen cine producido total o parcialmente por el Estado, dada la persistencia de un nulo interés por la calidad en la mayor parte de la iniciativa privada. Dos inconvenientes se opusieron a este propósito: el primero y más importante fue sin duda la grave crisis económica que azotó a México desde 1982 y que impuso graves restricciones presupuestarias al cine; el segundo fue asunto de miopía y voracidad burocráticas: en vez de hacer del instituto un instrumento cultural de relativa autonomía, se le subordinó a la dirección de RTC y, por lo tanto, a la Secretaría de Gobernación.¹²⁶

Entonces, la participación gubernamental se vio muy limitada para impulsar al cine mexicano, ni cualitativa ni cuantitativamente, como puede observarse en la tabla III.

Tabla III. *Datos sobre la producción cinematográfica mexicana, 1983-1988*¹²⁷

PELÍCULAS PRODUCIDAS	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Total	82	64	79	63	65	76
Con participación del Estado	19	15	18	14	13	15
Independientes	15	13	12	12	15	15
De producción privada	69	58	59	57	57	66
“Películas léperas” ¹²⁸	13	18	18	15	21	40
“Películas violentas”	26	24	29	26	18	16

Fuente: Elaboración propia a partir de datos en Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1897-1997*, MAPA-Instituto Mexicano de Cinematografía-Canal 22-Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1998.

Es imposible dar seguimiento con detalle en este lugar a lo que significan estos números, pero se puede observar en la tabla el comienzo de un relativo decrecimiento de la industria, al tiempo que puede verse que los productores tuvieron que recurrir en forma creciente a las “películas léperas” y a las violentas, para hacer sobrevivir al cine. Se trataba de un proceso casi inexorable de “contracción, concentración y transnacionalización” de la industria cinematográfica mexicana, que empeoraría en el decenio siguiente.¹²⁹ Una forma mediante la cual se pudo sostener un poco la producción mexicana fue a través de las coproducciones, aunque ya estaba ocurriendo la intensificación de la hegemonía incontestable de Hollywood sobre nuestro espacio audiovisual.¹³⁰

Las elecciones de 1988 y los medios

Las crisis económicas fueron peores al término de cada sexenio desde el de Echeverría, pero la que le tocó “recibir” a Miguel de la Madrid duró prácticamente todo su periodo presidencial.¹³¹ Crecimiento exponencial de la deuda externa, niveles de inflación sin precedentes, pérdida consecuente del poder adquisitivo del salario, caída del empleo, etcétera:¹³²

Las elecciones de 1988 fueron ocasión para una protesta pasiva, pero notablemente significativa, de millones de ciudadanos que dejaron de votar por el PRI para apoyar, aunque fuera de manera transitoria, a los partidos más significativos de la oposición. [...] Las elecciones de 1988 no fueron únicamente ocasión para que se confrontaran diversas opciones políticas. Más allá de la contienda entre partidos (que no comenzó ni terminó con las elecciones de aquel año) en esos comicios se expresaron disgustos y advertencias de la sociedad.¹³³

El mismo Raúl Trejo comenta en otro lado que estas elecciones “sin lugar a dudas fueron las más competidas y observadas que cualquier elección presidencial anterior y a partir de ellas se produjeron exigencias y expectativas que influyeron de gran manera en la atención pública”.¹³⁴ Quizá un adelanto importante y sintomático del estado de ánimo de la ciudadanía ante el régimen, fue la rechifla que durante un largo tiempo recibió el presidente Miguel de la Madrid en el estadio Azteca, cuando apareció en un partido de la selección mexicana en el campeonato mundial de fútbol de 1986, que tuvo lugar en México. No se puede hacer aquí un análisis político adecuado de la coyuntura de los comicios de 1988, lo que ya se ha hecho de manera satisfactoria desde distintos puntos de vista. Aquí sólo haremos una reflexión apretada sobre el papel de los medios en el proceso de democratización, en el marco de esa importante coyuntura.

Ya se comentó antes que la estructura de propiedad y control de los medios en México, en especial los electrónicos, altamente concentrados y centralizados, no es muy propicia para la democracia participativa informada, deliberativa, plural. El mismo carácter primordialmente comercial de estas industrias culturales ha llevado al predominio del espectáculo y el sensacionalismo en la presentación de la información sobre la política, sus actores y sus instituciones.¹³⁵ También se comentó antes que en nuestro país ha predominado, en términos históricos, un esquema de relaciones de complicidad, colusión, dependencia y, en definitiva, de subordinación de los medios con respecto al gobierno. Es verdad que este control se ha ido reblandeciendo: “En las últimas tres décadas del siglo el lazo de subordinación que la mayor parte de la prensa mexicana mantenía con el poder político, se tensó tanto o quizá estaba tan ajado que acabó por romperse”.¹³⁶ Sin embargo, veamos lo que declaró a la prensa Emilio Azcárraga Milmo, dueño de la empresa mediática más poderosa¹³⁷ en este país, el 14 de enero de 1988: “Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Como miembro de nuestro partido haré todo lo posible para que nuestro candidato triunfe”.¹³⁸ Y al parecer lo hizo, según nos lo dicen los datos empíricos que revisaremos enseguida. Pero Azcárraga no estaba solo. A pocos días del “destape” del candidato priísta, Carlos Salinas de Gortari, el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT) le dijo en su tradicional festejo anual, al que asistió Salinas como invitado: “Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y sus objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos su precandidatura para ocupar la presidencia de la República”.¹³⁹ Es decir, en suma, que los propietarios de los medios electrónicos apoyaban a Carlos Salinas de Gortari. Pero hemos visto que los ciudadanos mexicanos no necesariamente compartían esa lealtad al partido gobernante.¹⁴⁰

Quienes contendían con Carlos Salinas de Gortari en la lucha electoral fueron: Manuel

J. Clouthier, por el PAN; Cuauhtémoc Cárdenas, por una coalición de centro-izquierda denominada Frente Democrático Nacional (FDN);¹⁴¹ Rosario Ibarra de Piedra, candidata del Partido Socialista de los Trabajadores (PST); y Gumersindo Magaña, del Partido Demócrata Mexicano (PDM). En las boletas también aparecía el nombre del ingeniero Heberto Castillo por el Partido Mexicano Socialista (PMS), quien sin embargo había declinado a favor de Cuauhtémoc Cárdenas. Las autoridades electorales (la Secretaría de Gobernación, de hecho) no hicieron el ajuste respectivo. En la tabla siguiente mostramos el resultado de la elección, comparado con algunas mediciones que se hicieron de las coberturas de los medios.

Tabla IV. *El voto de los ciudadanos versus el "voto" de los medios* (porcentajes)

PARTIDO	VOTACIÓN	PRENSA	RADIO	TELEVISIÓN
PRI	50.74	54.85	69.4	90.7
PAN	16.81	12.30	11.9	3.2
FDN	27.57	17.38	3.0	3.0
PMS	3.49	6.86	12.7	2.6
FDN/PMS	31.06	24.24	15.7	5.6
PDM	1.00	3.96	0.8	0.8
PRT	0.39	4.51	2.2	1.3
Total	100.00	100.00	100.0	100.0

Fuente: Para prensa: Raúl Trejo Delarbre, 1991; para radio y televisión: Gabriel Sosa Plata, 2003.¹⁴²

En la segunda columna de la tabla IV se presentan los resultados oficiales de la elección. En la primera fila, se lee que el PRI recibió un poco más de la mitad de los votos (50.74%). Sin embargo, la prensa le dedicó 54.74% de su superficie informativa electoral al entonces partido gobernante; por su parte, la radio en sus noticiarios brindó 69.4% del tiempo electoral al PRI, mientras que en la televisión, 90.7% del tiempo informativo sobre los comicios se le otorgó al partido entonces "oficial". Es claro que, con una posición más moderada de la prensa y mucho más sesgada de la televisión, los medios de comunicación favorecieron al PRI en comparación con el voto efectivo de los electores. En el caso de prensa y radio un poco hay más variación en la cobertura a los diversos partidos de oposición, que en la televisión casi desaparecieron. Por otra parte, estas mediciones se refieren a los medios en la ciudad de México. Por ejemplo, los principales periódicos de Guadalajara fueron mucho más priístas que los capitalinos (85% de su superficie en notas electorales, sobre el PRI y su candidato).¹⁴³ Recordemos, finalmente, que durante la noche del 6 de julio de 1988 se suspendió la información parcial sobre el conteo y la Secretaría de Gobernación adujo que "se cayó el sistema". Hay quienes piensan que, en concordancia con lo señalado por los resultados de diversas encuestas, en el recuento de las votaciones que se estaba realizando en la secretaría de Gobernación, Cuauhtémoc Cárdenas estaba obteniendo más votos que los "aceptables" para los operadores políticos del gobierno.¹⁴⁴ Hay incluso quienes piensan que Cárdenas en realidad estaba ganando la elección y entonces desde la Secretaría de Gobernación se habrían "arreglado" las cifras cuando se "cayó el

sistema". El caso es que el principio de realidad, marcado por la larga e intensa crisis económica y la deslegitimación del régimen priísta, por el descontento social del que se pudieron percibir muchos ejemplos los meses y los años anteriores al 1988,¹⁴⁵ parece haber prevalecido sobre la tendencia del favoritismo mediático hacia el PRI. Esto, incluso si no atendemos a los "rumores" mencionados y vemos sólo datos como los mostrados en la tabla anterior, donde es claro que los medios "votaron" en mayor proporción por el PRI, que los ciudadanos.¹⁴⁶ Pesó sobre los primeros años del sexenio de Carlos Salinas de Gortari el fantasma de la falta de legitimidad, la cual recuperó en las postrimerías de su mandato, al haber hecho creer al pueblo mexicano que el país estaba ya ingresando al "primer mundo", para lo que recibió una fuerte ayuda de los medios hegemónicos, sobre todo de la televisión. La crisis de fines de 1994 —el principio de realidad nuevamente— se encargaría de deslegitimar otra vez, en esta ocasión de manera definitiva, la administración de Salinas. Por otra parte, el episodio electoral de 1988 mostró que medios tan altamente concentrados y de tendencias predominantemente gobiernistas como los mexicanos son barreras para la democratización de un país, aunque la propia sociedad civil puede exigir el cambio y derribar esas y otras murallas.

Después de las elecciones de 1988 invitaron a quien esto escribe a dar su opinión sobre la contribución de los medios a la democracia en América Latina. Contesté que esta interrogante era igual al "problema del huevo y la gallina".¹⁴⁷ Comparé ahí el proceso mexicano reciente con el de la democratización brasileña de los años ochenta, cuando por ejemplo la Rede Globo —la principal empresa televisora en ese país— ignoró durante un tiempo, hasta que finalmente lo apoyó, el reclamo democrático del pueblo para lograr elecciones directas (recordemos que vivían bajo la dictadura militar desde los años sesenta y setenta). Televisa en 1988 no respondió al reclamo democrático popular, sino hasta muchos años después y en ese sentido se constituyó en un obstáculo para la democracia. En los años recientes, la cobertura informativa en tiempos de elecciones del poderoso consorcio televisivo mexicano ya no es tan abiertamente sesgada a favor del PRI. Concluí entonces que los medios interactúan de modo complejo con el proceso político y que, si no responden a los reclamos masivos por el cambio, pueden comenzar a deslegitimarse e incluso perder en términos económicos como le pasó a Rede Globo en un principio, hasta que decidió apoyar el movimiento democratizador. En México, en 1988, la sociedad comenzó a exigir la democratización efectiva, incluso en contra de los medios (por los menos, de los electrónicos). Esto no niega que la nueva esfera pública no sea ya —y cada vez más— el espacio mediático. Una esfera pública privatizada. De cualquier manera, con una estructura de control tan concentrada, he corroborado que es más fácil que los medios actúen como obstáculos, más que como ayudas al desarrollo democrático. En otras palabras, en principio los medios apuntalan más la conservación que el cambio en el corto plazo.

De 1988 a 2000: los medios y el libre comercio

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

Eran los tiempos de acelerada expansión de Televisa, cuando funcionaba cual TV de gobierno, a favor del partido oficial a cambio del incondicional respaldo del régimen

salinista, que en 1989 le refrendó en forma automática a la industria de radio y televisión medio millar de concesiones.¹⁴⁸

El modelo económico llamado “neoliberal”, que no se había podido profundizar durante la administración anterior, fue la principal bandera de Salinas. Sin embargo, a la “liberación” del mercado no le correspondió una liberalización política. Por esa razón, se comenta que, en este sexenio, se aceleró la economía de mercado sin mucha prisa por una correspondiente democratización.¹⁴⁹ Eso significa también que, vistos sobre todo como instrumentos y aliados políticos, los medios fueron liberalizados “selectivamente”. El gobierno realizó algunas modificaciones legales y de políticas públicas previas y posteriores a la firma y puesta en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que afectaron a la industria cinematográfica cuya pendiente devino más empinada y, como industria, casi desapareció. Pero en relación con los otros medios (radio, televisión y prensa) no hubo transformaciones de estructura sustanciales. Por otro lado, a pesar de la distancia que se generó después de que asumió la presidencia Ernesto Zedillo, entre éste y Salinas, con respecto a algunos medios (radio y, en alguna, medida prensa y cine) en realidad hubo una gran continuidad, por lo que en esos casos se expondrá enseguida, de corrido, lo referente a los doce años de ambas administraciones. Por ejemplo, la radio.

En 1988, había 857 estaciones radiofónicas comerciales y 82 permisionarias. Para 1994 ya eran 1,125 concesionarias y 156 permisionarias, mientras que para 2000 las cifras eran de 1,146 y 225 respectivamente.¹⁵⁰ Si bien hay un acuerdo más o menos generalizado en que durante los últimos dos o tres lustros la radio en su función informativa ha ganado en pluralidad y apertura, en especial en las grandes urbes como la ciudad de México, Guadalajara o Monterrey,¹⁵¹ la estructura de control del medio no ha variado casi nada en estos años. Así, comenta Sosa Plata en un recuento de quince años:

El crecimiento de la radio y la apertura política de sus espacios informativos no tuvieron cambios importantes en su estructura de propiedad. Las nuevas frecuencias continuaron prácticamente en las mismas manos. Entre 1988 y 2003, el control de más de 70% del total de estaciones concesionadas en el país lo han tenido diez grupos radiofónicos. Esta concentración sólo disminuyó cuatro puntos porcentuales en este periodo. La situación es mucho más delicada cuando advertimos que cinco de ellos han operado, administrado y sido propietarios de más de 50% de las estaciones existentes.¹⁵²

En la tabla V se muestran los principales grupos en los dos años a los que se refiere Sosa Plata en la cita anterior.

Esta concentración, y tal permanencia de unos pocos grupos en el control, ocurrió no obstante que la radio ha sido cada vez menos negocio, por lo que durante el decenio de los noventa sucedieron muchos movimientos de fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre grupos, experimentos y cambios en la programación de las estaciones. Estos reacomodos se intensificaron a raíz de la crisis de 1995 (el “error de diciembre”, de 1994). Sin embargo, como vemos han sido prácticamente los mismos grupos los que siguen concentrando el control del medio. En la tabla VI se puede confirmar que durante la segunda mitad de los años noventa,

al único medio al que parece haberle ido mejor en términos económicos fue a la televisión, a costa de la porción del pastel publicitario que les tocaba a la radio, la prensa y las revistas, misma que de por sí no era considerable. Hacia el principio del nuevo siglo disminuye un poco la porción del gasto publicitario de la televisión, aunque no se trató de un gran decremento.

Tabla V. *Grupos radiodifusores en México, 1988 y 2003*

NOMBRE	NÚMERO DE ESTACIONES	NOMBRE	NÚMERO DE ESTACIONES
1. Radiorama	138	1. Radiorama	190
2. Grupo ACIR	115	2. Grupo ACIR/ Corporación Mexicana de Radiodifusión	159
3. Organización Impulsora de Radio (OIR)	81	3. Radiocima	92
4. Radiodifusoras Asociadas (RASA)	65	4. Organización Impulsora de Radio (OIR)	89
5. Radio S.A.	61	5. Sociedad Mexicana de Radio (SOMER)	77
6. Agentes de Radio y Televisión (ARTSA)	57	6. Promosat de México	62
7. Funcionamiento Íntegro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas (FIRMESA)	35	7. Radiodifusoras Asociadas (RASA)	57
8. Promomedios	31	8. MVS Radio	51
9. Radio Programas de México	31	9. Radiodifusoras Unidas Mexicanas (RUMSA)/ Organización Radio Fórmula	43
10. Corporación Mexicana de Radiodifusión	29	10. Organización Multimédios Estrellas de Oro	38
11. Radio Ventas de Provincia (RAVEPSA)	26	11. Radio, S.A.	36
12. Sociedad Mexicana de Radio (SOMER)	26	12. Funcionamiento Íntegro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas (FIRMESA)	34
13. Fórmula Melódica Mexicana	22	13. Corporadio	33
14. Radio Cadena Nacional (RCN)	22	14. Direct Deal Radio	23
15. Organización Estrellas de Oro	21	15. Grupo Radiofónico Nueva Era	23
16. Organización Radio Centro	10	16. Difusoras Unidas Independientes	23
17. Medios Masivos Mexicanos	9	17. Central Trade Media	20

Tabla V. *Grupos radiodifusores en México, 1988 y 2003* (continuación)

NOMBRE	NÚMERO DE ESTACIONES	NOMBRE	NÚMERO DE ESTACIONES
18. Núcleo Radio Mil	8	18. Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	19
19. Recisa	8	19. Grupo Radio México	17
20. Eduardo Yniesta Publicidad	7	20. Radio Cadena Nacional	16
21. Radiópolis	6	21. Televisa Radio	15
22. Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	6	22. Grupo Radio Centro	11
23. Radio Fórmula	6	23. Grupo Radio Alegría	11
24. Radiocima	5	24. Grupo Siete Comunicaciones	8
25. Difusoras Unidas Independientes (DIFUSA)	4	25. Grupo ACIR (ciudad de México)	7
26. Radio Sagitario del Sur	2	26. Núcleo Radio Mil (NRM Comunicaciones)	6
27. Representaciones Comerciales Internas	2	27. Publicistas en Radiod (PRADSA)	5
28. Prensa Nacional Asociados	1	28. Radio Ventas de Provincia (RAVEPSA)	3
29. Promociones Radiofónicas	1	29. Imagen	2
30. Sistema Radiofónico Nacional	1		
31. TeleRadio	1		

Fuente: Elaboración a partir de Gabriel Sosa Plata, 2003,¹⁵³ tablas III y IV.

La aparente apertura de la radio durante los años noventa puede explicarse, en parte, por la búsqueda y experimentación programática a que se vieron obligados los concesionarios por la crisis económica. Obviamente, en parte también se trataba de responder a una ciudadanía (los *consumidores* que se vendían “por cabeza” —es decir mediante el “costo por millar”— a publicistas y anunciantes) cada vez más exigente, participativa y crítica.¹⁵⁴ Sin embargo, menciona Sosa Plata que “la apertura de la radio no fue una nueva actitud exenta de obstáculos” y señala casos de comentaristas y conductores cesados de su trabajo, en virtud de que abrieron los micrófonos a “personajes que no coincidían con las preferencias partidistas de los dueños de las estaciones o de algunos funcionarios del gobierno, o bien por sus opiniones políticas”, y da algunos ejemplos:

Miguel Ángel Granados Chapa fue destituido de su cargo en Radio Mil por entrevistar a Cuauhtémoc Cárdenas en 1993; Enrique Quintana tuvo que despedirse de su programa en *Stéreo Cien* por entrevistar en agosto de 1994 a Eduardo Valle, el Búho; José

Cárdenas salió de Radio ACIR por dar a conocer la aparición del Ejército Popular Revolucionario (EPR) en julio de 1996; Lorenzo Meyer ya no fue invitado a participar en el noticiario *Para empezar* por cuestionar, en 1997, la participación del presidente Ernesto Zedillo en la ceremonia de toma de protesta de los candidatos del PRI en las elecciones de ese año, entre muchos casos más.¹⁵⁵

De nuevo, a los medios mexicanos la ciudadanía les ha ido exigiendo sumarse al proceso de democratización, la apertura y al pluralismo, en virtud de una historia muy larga de control gubernamental previo.

Tabla VI. *Inversión publicitaria de la iniciativa privada en México, 1990-2002*
(porcentajes del total)

AÑO	TV	RADIO	PRENSA	REVISTAS	OTROS	INTERNET
1990	64	12	13	7	4	n.d.
1991	64	13	13	7	3	n.d.
1992	62	12	10	6	10	n.d.
1993	66	12	10	6	5	n.d.
1994	65	12	10	6	7	n.d.
1995	74	9	7	4	6	n.d.
1996	75	9	7	4	5	n.d.
1997	74	10	7	4	5	n.d.
1998	75	10	6	4	5	n.d.
1999	75	10	6	4	4	1
2000	74	10	6	4	4	2
2001	72	11	7	5	4	1
2002	71	11	8	5	4	1

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), http://www.amap.com.mx/images/pdf/invpub_1990_2003.gif (bajado el 8 de noviembre de 2004).

A la sombra del TLCAN

La “gran obra”¹⁵⁶ de la administración de Carlos Salinas de Gortari fue la negociación y firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Si bien hay algunas repercusiones más o menos claras del TLCAN sobre el devenir de los medios durante el tiempo que ha transcurrido, mucho de lo que sucedió en los últimos años a/con/por los medios de comunicación se ha debido, más que a efectos propios del TLCAN, a la aceleración y refuerzo de tendencias previas, al proceso de “neoliberalización” de la economía mexicana. Es decir, a una política económica que ya se estaba instrumentando previamente y de la cual el tratado fue parte fundamental.¹⁵⁷ Por ejemplo, respecto de las industrias culturales audiovisuales, a la privatización, liberalización y apertura de mercados que ya habían comenzado, deberíamos añadir otros cambios, como la modernización, adopción y generalización de nuevas tecnologías de producción y también de distribución de señales que no comenzaron, sino que se aceleraron con el

entorno del TLCAN. Así, por ejemplo la televisión de paga (el cable, el satélite y el MMDS)¹⁵⁸ se expandió con rapidez a nivel mundial durante los años noventa por lo que se desarrolló en México al igual que en otras naciones (aunque, es obvio, de manera desigual).¹⁵⁹ Este desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se ha acelerado por el proceso de globalización del país. Se ha tratado, entonces, de un proceso de modernización tecnológica que comenzó a ocurrir antes del TLCAN, mismo que se ha acelerado y que ha producido cambios ulteriores. En el caso del cine, las nuevas salas “múltiplex” dotadas de mayor comodidad y mejor sonido, entre otras mejoras, y cuya introducción ocurrió a mediados de los años noventa, propiciaron una recuperación significativa del negocio de la exhibición cinematográfica (que había decaído durante los ochenta), al igual que en todo el mundo. Es pertinente añadir que las películas se han convertido en el principal “programa televisivo” en las modalidades de televisión de paga; y en la televisión “normal” son también uno de los principales programas (en términos cuantitativos).¹⁶⁰ Entonces, el hecho de que México haya incrementado sus importaciones de películas no necesariamente se debe al TLCAN en sí mismo sino, en una cierta medida, a la demanda que el desarrollo de la televisión de paga ha generado.

Sin embargo, se efectuaron diversas acciones relacionadas con los medios de comunicación en preparación para la firma e instrumentación del TLCAN. En primer lugar, el gobierno salinista impulsó el desarrollo tecnológico en los medios electrónicos, lo que puede considerarse como un estímulo más a la competitividad en general. Pero con mayor claridad tenía dedicación para el TLCAN la —entonces— nueva Ley de la Industria Cinematográfica de 1992, que sustituyó la de 1941, altamente proteccionista (en la letra, por lo menos), y que por ejemplo determinaba que 50% de lo que se exhibiera en las salas cinematográficas debía ser producción nacional. La nueva ley reducía la cuota de pantalla para el cine mexicano de 50% a 30% en 1993, disminuyendo cinco por ciento cada año hasta llegar a 10% en 1997. La ley correspondiente de radio y televisión no sufrió modificaciones, pero la reglamentación de la televisión por cable se modificó para permitir 49% de participación accionaria a socios extranjeros.¹⁶¹

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

Crisis de película

La “liberalización” de la industria cinematográfica alcanzó una culminación y formalización legal con la Ley Federal de Cinematografía de 1992, cuyo proyecto fue enviado por Carlos Salinas de Gortari el 19 de noviembre de ese año y la cual fue aprobada, prácticamente sin discusión y con la ausencia del Partido de la Revolución Democrática (PRD), el 14 de diciembre de 1992 por la cámara de senadores y con la oposición del mismo partido el 22 de diciembre

por la de diputados. Miembros de la comunidad cinematográfica y de la oposición criticaron la nueva legislación “por fomentar y fortalecer los monopolios y abrir el mercado nacional al cine extranjero”.¹⁶² En 1992 desapareció, por bancarrota, la distribuidora mixta —privada/estatal— Películas Nacionales (principal distribuidora de filmes mexicanos) y al año siguiente fue privatizada la ya para entonces “disminuida” Operadora de Teatros (COTSA), que exhibía una proporción considerable de cine mexicano.

De manera curiosa, al mismo tiempo que la política económica neoliberal, incluyendo la firma del TLCAN, habría llevado a la industria filmica mexicana a una eventual agudización de su crisis,¹⁶³ se han hecho algunas evaluaciones más o menos positivas de la gestión de Ignacio Durán Loera en la dirección del IMCINE durante el periodo salinista.¹⁶⁴ En realidad, como industria, la cinematográfica ha sido devastada por la crisis que se agudizó durante el último decenio del siglo XX.¹⁶⁵ Y no hay duda de que la crisis industrial cinematográfica fue producida por las políticas neoliberales, que cambiaron cualquier tipo de acercamiento nacionalista —en general, no sólo con respecto al cine— por el eficientismo del mercado¹⁶⁶ (“si no genera demanda, es decir, *si no vende*, no es eficiente”), además de las propias crisis económicas más amplias, como la de 1995. Pero el Instituto Mexicano de Cinematografía tuvo una actuación modesta aunque decorosa durante el salinato, dentro de los límites impuestos por ese acercamiento de política pública al funcionamiento del mercado —que considera la acción gubernamental como un “estorbo”—, y que en consecuencia ya no reconoce ningún tipo de patriotismo o idea de “lo nacional” como un lugar central en las tareas de gobierno, sino que parte de un fundamentalismo del mercado, que finalmente equivale a la ley de la selva, o a la supervivencia del más fuerte.

Un análisis del periodo describe seis logros en la operación del IMCINE:¹⁶⁷

1. El recurso intensivo a las coproducciones.
2. “Las empresas consideradas ineficientes o inviables financieramente fueron privatizadas, o cerradas.”¹⁶⁸
3. Con un poco de exageración, aunque también con un poco de razón, Sergio de la Mora comenta que “el tercer logro del IMCINE ha sido atraer a las audiencias mexicanas e internacionales, particularmente en Estados Unidos, de nuevo hacia las películas mexicanas”.¹⁶⁹ En realidad el gran éxito de taquilla del periodo, fue *Como agua para chocolate*, pero lo que sí es verdad es que algunos filmes como *Danzón* de María Novaro, o *Cronos* de Guillermo del Toro, o aun *Cabeza de Vaca* de Nicolás Echevarría, tuvieron alguna atención en el llamado “mercado de especialidad” (de “arte”) en Estados Unidos. Además de las mencionadas, *Sólo con tu pareja*, *Ángel de fuego*, *Mirolava* y *Lolo*, “pudieron colarse a los cuadros de las cintas nacionales más exitosas en sus respectivos años de estreno comercial”.¹⁷⁰
4. El haber incorporado a tres generaciones de cineastas: miembros de las dos previas oleadas de “nuevo cine”, con la tercera, “asegurando continuidad, mientras se propiciaba la innovación. La gran inversión en la promoción de una nueva generación de cineastas egresados de las escuelas de cine se refleja en que veintiséis películas de las sesenta que se produjeron, es decir, 46% del total de las financiadas por el estado, fueron óperas primas”.¹⁷¹ A lo que Eduardo de la Vega añadiría: “Los resultados obtenidos en Cannes por *Cronos* (premio de la Crítica en 1993) y *El héroe* de Luis Car-

- los Carrera (Palma de Oro al mejor cortometraje en 1994) parecieron confirmar que la apuesta del IMCINE a las nuevas generaciones fue, en gran medida, acertada".¹⁷²
5. El hecho de que entre los directores debutantes se haya encontrado una proporción sustancial de mujeres (doce de las sesenta películas), cuatro de las cuales fueron debuts.
 6. Y el sexto logro, que el cine mexicano haya recibido más de ciento treinta premios y distinciones internacionales.¹⁷³

Haber propiciado la entrada de una alta proporción de directores jóvenes, y que entre éstos hubiese una buena parte de mujeres, que antes difícilmente tenían acceso a la industria, es ya un logro bastante meritorio. Recurrir a la coproducción múltiple, para aligerar los costos de cintas caras como lo fue en su momento *Cabeza de Vaca* (que se logró con la participación de once entidades financiadoras, nacionales e internacionales),¹⁷⁴ también es un acierto de la política cinematográfica. Y el haber "redimensionado" al sector filmico gubernamental nos parece meritorio sólo en función de haber logrado la realización de algunas funciones de forma más eficiente. Sin embargo, no se pudo propiciar de manera más orgánica, integral, el despertar de la industria fílmica como tal, puesto que el mercado no puede asignar con eficacia los recursos cuando su estructura es altamente oligopólica (además de que los principales "jugadores" son poderes trasnacionales, que no entienden ni aceptan argumentos de desarrollo cultural, ni de identidades locales y nacionales —a menos que sean rentables).¹⁷⁵

Otro aspecto positivo del periodo salinista fue la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en 1988, y que en 1989 el IMCINE haya pasado a ser parte de esta dependencia, "cambio administrativo que liberó al cine mexicano de una absurda tutela, la ejercida durante largos años por la Secretaría de Gobernación".¹⁷⁶

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

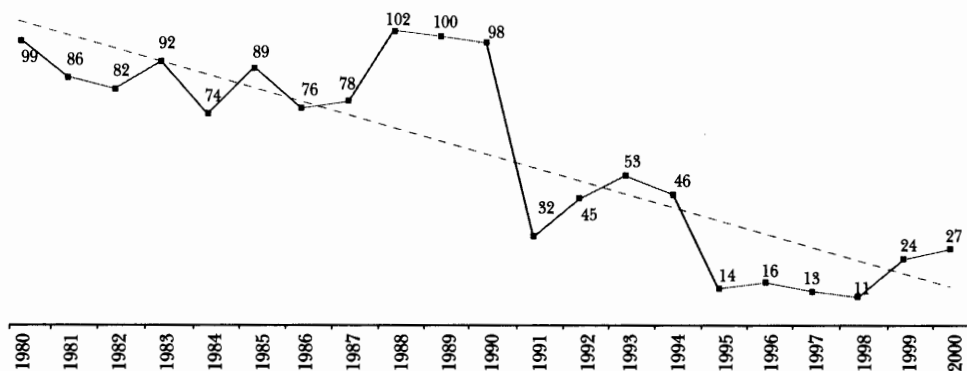


Figura 1. México, películas producidas, 1980-2000

Fuente: Diversos informes de Corporación Nacional Cinematográfica (CONACINE) y del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

Si durante los años ochenta hubo un promedio de casi 88 cintas por año, en el decenio siguiente la media disminuyó a 35 películas anuales, con un mínimo de 11 en 1998. Podemos ver el promedio también por sexenios: durante el “salinato”, México produjo 62.3 películas anuales en promedio; en el “zedillato” la producción disminuyó en forma dramática a un promedio de 17.5 cintas al año. Las películas estadounidenses siempre han representado una proporción mayor que las mexicanas —o de cualquier otra nacionalidad— en las salas de cine del país, por lo que la enorme disminución en la producción mexicana se ha traducido necesariamente en un predominio casi total de las cintas de Estados Unidos, como puede verse en la figura 2.

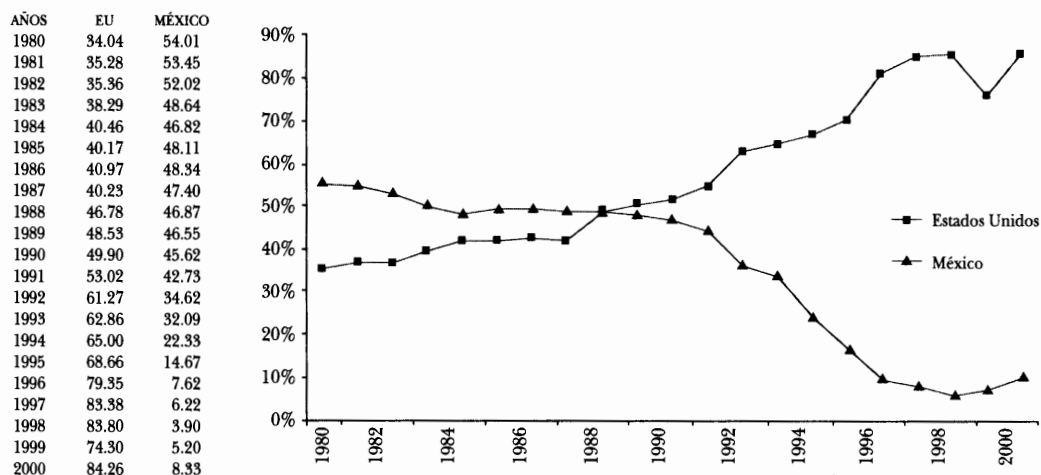


Figura 2. Películas mexicanas y de Estados Unidos, exhibidas en México, 1980-2000 (porcentajes del total)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Estadísticas de cultura, cuadernos núms. 1, 3, 4 y 5, México, 1995, 1999, 2000, 2002.

Ante el deterioro inexorable de las condiciones para la producción del cine mexicano, durante la segunda mitad de los años noventa hubo muestras de preocupación entre los gremios cinematográficos. Así, por ejemplo en 1997 se manifestó un movimiento de la comunidad filmica nacional, en una marcha-mitin bajo el lema: “Mátenme porque me muero: ¿quién asesinó al cine mexicano?”, en la que se hacían diversas propuestas. La principal giraba alrededor de la necesidad de modificar la ley de 1992. En respuesta parcial a las demandas del sector, en diciembre de 1997 se creó un Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE), a cargo del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), con un presupuesto base de 135 millones de pesos. Pero las respuestas gubernamentales fueron asistemáticas (es decir, no hubo una política más o menos orgánica en el sector), como resultado de cuatro cambios en la dirección del IMCINE durante el gobierno de Zedillo y también porque el sector no se juzgaba prioritario. Es decir, no sólo no hubo continuidad con las políticas de la administración anterior (lo cual pudo ocurrir, al haber permanecido en la dirección de CONACULTA Guillermo Tovar y de Teresa), si-

no que al interior mismo del gabinete de Zedillo no se alcanzó a diseñar y menos a instrumentar ninguna política pública clara en apoyo al cine mexicano. La grave situación en que se encontraba la industria cinematográfica nacional se puede describir por tres principales rasgos:

- a) Un proceso casi inexorable de contracción, en particular de la producción nacional.
- b) Otro de concentración en unas pocas empresas, tanto de la producción como de la distribución y la exhibición.
- c) Una acelerada transnacionalización, es decir, una cada vez mayor articulación subordinada al mercado mundial, a su vez dominado por la industria cultural más poderosa del mundo, la de Estados Unidos.¹⁷⁷

Dos de los sectores que constituyen la industria, el de la distribución y el de la exhibición, comenzaron a experimentar un repunte ante el regreso de las clases medias a los cines, motivado por la llegada en 1995 del concepto “múltiple”, con la empresa estadounidense Cinemark, a la que se unieron de inmediato la cadena mexicana más grande, Organización Ramírez (Cinépolis), y Cinemex, de capital estadounidense y mexicano, misma que luego adquirió un grupo canadiense.¹⁷⁸ Así, por ejemplo en revistas de negocios se hacían evaluaciones que atribuían un repunte “a la industria cinematográfica”, cuando en realidad la gente asistía a las cómodas nuevas salas, equipadas con buen sonido y buena imagen, pero *a ver películas hollywoodenses* en su inmensa mayoría.¹⁷⁹ El sector-fuente nacional que tiene la industria, el de la producción, seguía en crisis. Los sectores menos propiamente “industriales” (más bien, pertenecientes al sector servicios), de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE), hegemónicos en la actualidad, con frecuencia se ostentan como los legítimos voceros de “la industria”.¹⁸⁰

La situación de desmoronamiento del cine mexicano llevó a diversos grupos de la industria a buscar soluciones y hacer propuestas, como hemos visto antes. Así, entre 1995 y 1997 se promovió ante la cámara de diputados una iniciativa para realizar modificaciones a la Ley Federal de Cinematografía, que en principio había recibido la simpatía de los tres partidos principales (PRI, PAN y PRD). Sin embargo, por “instrucciones presidenciales”, la fracción priísta en la cámara de diputados obstaculizó el dictamen de la iniciativa de ley, con lo que el periodo legislativo terminó sin nueva ley de cinematografía.¹⁸¹ En la LVII Legislatura hubo dos personajes importantes: una, la diputada María Rojo, del PRD, presidenta de la Comisión de Cultura, famosa actriz preocupada por su sector, que promovía nuevamente la iniciativa de reformas a la ley; y en apoyo de la misma, el diputado Javier Corral, del PAN (que encabezaba la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía), quien por su parte promovía cambios a la legislación en materia de radio y televisión. Se organizaron varios foros en los que se analizaron las propuestas existentes y la situación del cine mexicano, que en alguna medida culminaron con el simposio “Los que no somos Hollywood”, organizado a fines de septiembre de 1998 en la cámara de diputados, por María Rojo. Al mismo tiempo, una comisión encabezada por la cineasta Marcela Fernández Violante, secretaria general del Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, redactó la iniciativa que presentó la diputada Rojo ante la cámara.¹⁸²

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

[...] la Motion Pictures [*sic*] Association (MPA) a través de las compañías dependientes de su material como son las empresas de la exhibición (Cinemex, Cinemark y Organización Ramírez), de la distribución (Film Board y Video Board) y de la televisión (Televisa y TV Azteca) [*sic*] así como las empresas de doblaje y sus trabajadores, cabildearon en contra del proyecto presentado por la comunidad cinematográfica a la Comisión de Cultura de la legislatura 57.¹⁸³

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

- a) Mantener la prohibición del doblaje al español de cintas extranjeras para su proyección en salas cinematográficas, excepto en el caso de películas para público infantil y documentales educativos.
- b) La restitución de 10% de tiempo de pantalla para las películas mexicanas, en todas las salas de cine del país.
- c) La creación de un fondo de fomento a la industria cinematográfica financiado, en parte, con un cinco por ciento de la taquilla.¹⁸⁴

Después de intensos cabildeos por parte de las partes interesadas, controversias en los medios de difusión, etcétera, el 13 de diciembre se aprobó la ley en la cámara de diputados,¹⁸⁵ aunque dos días después el senado modificó —a instancias de la fracción priísta— varios de los aspectos clave.¹⁸⁶ No obstante, el “espíritu” de impulso al cine mexicano más o menos permaneció.¹⁸⁷ La ley fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 5 de enero de 1999. La cuestión del doblaje se mantuvo tal como estaba ya en el artículo 8º de la ley de 1992, pero al cabo de los meses, las empresas distribuidoras transnacionales (United International Pictures, 20th Century Fox, Buena Vista/Columbia-TriStar) se ampararon ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación,¹⁸⁸ la cual falló a su favor, en términos de “libertad de comercio” y de “igualdad”.¹⁸⁹ Acerca de la cuota de 10% para el cine mexicano, el senado ya había suavizado esta disposición al haberle añadido al artículo 19 el párrafo: “salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla”, con lo cual este artículo no podía sustraerse al TLCAN. Y respecto del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), en efecto se creó, junto con un fideicomiso correspondiente, aunque las fuentes ya no fueron las originalmente propuestas y los montos quedaron indefinidos, abiertos a la discreción del ejecutivo. Muchos aspectos operativos de la nueva ley se dejaron dependientes de la promulgación del respectivo reglamento, que duró dos años en ser elaborado. Se ha dicho, pero sin pruebas directas, que Zedillo congeló el proceso de elaboración del reglamento gracias al cabildeo directo —y efectivo— de Jack Valenti, presidente de la Motion Picture Association (MPA).¹⁹⁰ En suma, la administración zedillista dejó la responsabilidad al gobierno siguiente.

El reglamento de la Ley Federal de Cinematografía se publicó el 28 de marzo de 2001, ya bajo el gobierno de Vicente Fox. Si bien en éste se hacían algunas precisiones operativas, en relación con varios aspectos como el FIDECINE, el problema es que siguió sin delinarse una política más completa, integral, sistemática y explícita de fomento al cine nacional. Por ejem-

plo, en varios artículos de la ley (el 14 y del 31 al 33), se deja al arbitrio del poder ejecutivo federal (Secretaría de Hacienda, Secretaría de Educación Pública) la dictaminación de una serie de estímulos económicos e incentivos fiscales para promover el cine mexicano; en el reglamento no había alguna mayor especificación. Por lo tanto, siguió quedando al arbitrio de la voluntad política del gobernante en turno el que se establecieran y aplicaran estos estímulos e incentivos.

Hacia la guerra de la televisoras

Cuando el gobierno mexicano anunció en 1991 que pondría a la venta sus redes televisivas, algunos grupos que ya tenían alguna experiencia en el negocio de los medios electrónicos hicieron propuestas de compra. Sin embargo, el grupo ganador —el que hizo la mejor oferta monetaria, por 643 millones de dólares— no tenía ningún contacto previo con la industria cultural. El principal socio de Radio Televisora del Centro, empresa propietaria de Televisión Azteca, el señor Ricardo Salinas, provenía de una familia con tradición comercial en el ramo de los electrodomésticos, sin ningún antecedente en la industria audiovisual. Fue un poco extraña la decisión gubernamental, en la medida en que se suponía que entre los factores a tomar en consideración para otorgar el “paquete” de medios,¹⁹¹ estaba la experiencia previa, con el fin de propiciar un ambiente competitivo, en particular en la industria televisiva.¹⁹² También extrañamente, al tiempo en que el Estado mexicano vendía sus dos redes de Televisión Azteca a Radio Televisora del Centro, otorgó a Televisa un “paquete” de 62 concesiones para estaciones televisoras en diversas partes del país, que servirían —se dijo— para crear una nueva red nacional a partir del canal 9 capitalino de esta empresa.¹⁹³ En este sentido, por lo menos en el corto plazo se estimaba que Televisión Azteca no haría demasiada mella en el gigante corporativo mexicano de medios de difusión. Por otra parte, la decisión inicial de Televisión Azteca de reducir la producción y operar principalmente como empresa programadora era en principio positiva, en la medida en que hasta la fecha existen muy pocas compañías de producción para la televisión en México y tal decisión habría permitido el desarrollo de algunas independientes. Así, por ejemplo Víctor Hugo O’Farrill, hijo de quien fuera uno de los principales accionistas de Televisa, organizó en asociación con la empresa estadounidense Telemundo una unidad de producción de telenovelas y series, algunas de las cuales se transmitieron también por los canales de Televisión Azteca. Pero fue la empresa de video independiente Argos, propiedad de los periodistas Epigmenio Ibarra y Carlos Payán, la que tuvo algunos éxitos espectaculares, al haber coproducido con TV Azteca, entre otros programas, telenovelas con temas novedosos como la corrupción política (*Nada personal*) o la infidelidad matrimonial¹⁹⁴ (*Mirada de mujer*). En un principio, la competencia de Televisa tuvo que importar una alta proporción de sus programas, como telenovelas brasileñas, colombianas y venezolanas, así como series estadounidenses. Sin embargo, a partir de 1996 incrementó de manera considerable su producción propia, pasando a cubrir, según datos que ellos mismos proporcionan, de 36% del tiempo de mayor audiencia en 1995, a 75% en 1996 y a 85% en 1997.¹⁹⁵ De igual manera, la empresa invirtió en expandir la señal: si bien en 1993 las dos redes de Televisión Azteca (que en ese momento transmitían exactamente la misma programación) llegaban a duras penas a no más de 50% del territorio nacional, después de algunas inversiones adicionales para 1998 el canal 13 cubría ya 97% y el canal 7 95%. Esto se tradujo en

un incremento en la proporción del público que atiende las señales de TV Azteca, al igual que en su parte del pastel publicitario: según la propia empresa, la combinación de audiencia promedio consolidada en el horario estelar de lunes a viernes se incrementó de 9% en 1993, 28% en 1996 a 35% en 1997.¹⁹⁶ De manera correspondiente, de 18 anunciantes con que contaba en 1993, para 1997 su cartera de clientes fluctuaba entre 250 y 270,¹⁹⁷ lo que ha significado el paso de 11% del gasto publicitario en televisión para 1994, a 15% en 1995, 23% en 1996 y 34% en 1997. Para 1998, amenazaba Ricardo Salinas Pliego con ir por 40% del total.¹⁹⁸ De hecho, los años 1996 y 1997 fueron excelentes para TV Azteca, la cual pasó de un valor de adquisición en 1993 de 643 millones de dólares, a “un valor superior a 3,500 millones de dólares”.¹⁹⁹

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

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

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

Nuestros programas producidos internamente nos permiten competir con efectividad no solamente para la audiencia de televisión en México, sino también para los 310 millones de hispano parlantes en todo el mundo, comentó Salinas Pliego.²⁰⁰

Además, los Salinas Pliego aprovechaban para extender sus tiendas de electrodomésticos Elektra a todas aquellos países a donde llegaban con su señal televisiva y sus programas. Asimismo, TV Azteca seguía los pasos de Televisa en términos de sus procesos de integración horizontal y vertical, y de su diversificación. Así, convirtió los Estudios Churubusco en Azteca Digital, empresa productora de telenovelas, y anunció la eventual apertura de una productora de cine. Además, creó su propia compañía de discos, Azteca Music, donde grababan los temas de sus telenovelas artistas hechos famosos por Televisa, como el compositor Armando Manzanero.²⁰¹ TV Azteca es también accionista de los equipos de fútbol Veracruz y Morelia, y tiene participación en Telecasa, empresa de telemercadeo.²⁰²

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

Como vemos, el sistema de la televisión abierta mexicana está altamente oligopolizado, pues son dos empresas las que lo dominan: Televisa posee la mitad de las estaciones televisoras (dos cadenas nacionales, una seminacional y una estación local en la ciudad de México) y TV Azteca, poco menos de un tercio (dos cadenas nacionales). De las 607 estaciones en el país, no llegaban a 5% las independientes y el resto eran emisoras de servicio público de los gobiernos de los estados.

Tabla VII. *Distribución de las estaciones de televisión en México, 1998*

GRUPO	NÚMERO DE ESTACIONES	PORCENTAJE
Televisa	306	50.3
TV Azteca	180	29.7
Gobiernos estatales	92	15.2
Otras	29	4.8

Fuente. Cámara de Diputados, "Información relevante sobre los medios de comunicación en México", conferencia internacional El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México, mayo de 1998.

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

Tabla VIII. *Televisa: ventas netas por segmento de negocios*
(millones de dólares)

	1999	2000	2001
Televisión abierta	62.6%	63.9%	63.0%
Programación para televisión restringida	2.4%	2.4%	2.5%
Licencias de programación	6.8%	7.3%	7.0%
Editoriales	10.0%	8.3%	7.9%
Distribución de publicaciones	4.5%	4.4%	4.4%
Televisión por cable	4.1%	4.5%	5.4%
Radio	1.7%	1.7%	1.2%
Otros negocios	7.9%	7.5%	8.6%
Total de ventas por segmento	100.0%	100.0%	100.0%
Ventas intersegmento	(1.4%)	(1.9%)	(2.6%)
Ventas netas consolidadas	98.6%	98.1%	97.4%
	\$ 18,972	\$ 20,418	\$ 19,665

Fuente. Televisa, *Informe anual 2001*, Grupo Televisa, México, 2002, p. 5

Entre las novedades de Televisa está la inversión de Bill Gates (Microsoft), quien mediante la Bolsa de Valores de Nueva York adquirió 7% de las acciones, sumándose a los magnates mexicanos Emilio Azcárraga (55.3%) y Carlos Slim (24.7%).²⁰³ Este último, principal accionista de Teléfonos de México (TELMEX), se había asociado con Televisa mediante la adquisición de 49% de la subsidiaria Cablevisión. Pero a nadie le queda duda de que quien controla el consorcio es Emilio Azcárraga Jean. Azcárraga ha declarado su intención de obtener la ciudadanía estadounidense, con el fin de poder ampliar su participación en la empresa Univisión, la más importante de habla hispana en Estados Unidos, de la que al final del siglo XX poseía 15%. TV Azteca también ha señalado hacia el norte en sus planes de expansión, mediante su filial Azteca America, en sociedad con Papas Telecasting.²⁰⁴ Otras sociedades estratégicas de Televisa son con News Corporation en el sistema Sky de DTH y con el Grupo Prisa en su filial Televisa Radio.

Hace pocos años, el investigador australiano John Sinclair, a partir del análisis de unos pocos casos de América Latina, se refería a la concentración como un elemento central de la fórmula latinoamericana para una “televisión exitosa”.²⁰⁵ Básicamente hay dos grandes empresas exitosas en la región: una es Rede Globo, de Brasil, y la otra es Televisa. Detrás de ellas, sin restarles ningún mérito, seguirían el grupo Cisneros de Venezuela y el Grupo Clarín de Argentina. En efecto, hay algunas empresas exitosas en América Latina; sin embargo, se ha formado un mito con respecto al potencial productor y exportador de “América Latina”, a partir del caso de unas pocas compañías, a su vez originarias de un puñado de países. Por ejemplo, se ha afirmado triunfalmente que las telenovelas latinoamericanas —en especial las mexicanas y las brasileñas— se exhiben por todo el mundo. Unos investigadores europeos efectuaron un sondeo en las televisoras de gran parte del viejo continente y lo que encontraron, de manera general, fue una presencia escasa y marginal (es decir, en horarios no estelares) de las telenovelas latinoamericanas, en particular de las brasileñas y de una forma más reducida de las mexicanas.²⁰⁶ Como era de esperarse, por una mayor afinidad cultural y lingüística, los países en los que se transmitía una mayor cantidad de telenovelas brasileñas y mexicanas eran los latinos, en particular los ibéricos, pero también en éstos la presencia televisiva latinoamericana no estaba en los horarios de mayor auditorio.²⁰⁷ Por otra parte, nosotros hemos encontrado que, a pesar del enorme potencial de Televisa y, en menor medida, de TV Azteca, para producir y exportar programas, México es un país deficitario en el sector audiovisual y, en específico, en el televisivo.²⁰⁸ No sólo es México un importador neto de películas cinematográficas (como prácticamente todos los países del mundo, de frente al “gigante” del audiovisual, Estados Unidos), sino también de programas de televisión, tanto de la abierta como —y más aún— de las modalidades de paga.²⁰⁹ Ante el panorama de excesiva concentración, que tiene consecuencias tanto económicas como políticas y culturales, nos hemos preguntado cuán exitosa es en realidad la televisión mexicana en tanto *televisión nacional*. Una o dos empresas pueden tener grandes logros comerciales y presencia importante en el exterior, pero no necesariamente constituyen un *sector*, que a su vez posea competitividad en el mercado global, frente a los grandes jugadores del campo.

Pero regresemos por un momento a 1994. El 12 de mayo de ese año se realizó el primer debate entre candidatos a la presidencia de la República en la historia de México, mismo que fue transmitido por radio y televisión. Los protagonistas fueron los tres candidatos más fuertes: Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), Diego Fernández de Cevallos (PAN) y Ernesto Zedillo (PRI). “Se

trata, sin duda alguna, del acontecimiento de carácter político más espectacular y emblemático vinculado con los medios electrónicos durante las campañas proselitistas en la última década del siglo ".²¹⁰ Cuauhtémoc Cárdenas, a su vez, alcanzó a participar en otro debate televisivo, para las elecciones del año 2000. En todos los casos, aunque no de manera tan pronunciada como en 1988, los medios continuaron favoreciendo al PRI en sus coberturas.²¹¹

Retornando al desarrollo de la industria cultural, donde hay un relativo dinamismo es en el mercado de la televisión de paga, como se puede observar en la tabla IX.

Tabla IX. *Televisión restringida: suscriptores y tasa de crecimiento* (miles)

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

Fuente: Dirección General de Televisión y Audio Restringidos, "Diagnóstico de la TV por cable 2003", Comisión Federal de Telecomunicaciones, México, abril de 2003, sin paginación (www.cft.gob.mx/html/1_eft/7dis/presentaciones/mayo_2003/index.htm, bajado el 4 de marzo de 2005).

Sólo 18% ciento de los hogares tiene acceso a algún tipo de televisión restringida (una penetración de 36.4 suscriptores por cada mil habitantes). A pesar de la disminución del ritmo de crecimiento que se observa para los últimos tres años, todavía les queda mucho por expandirse a las empresas del ramo, si comparamos el mercado mexicano y su potencial económico con los de países como Argentina o Uruguay, que tienen 50% o más de hogares con televisión de paga. La televisión vía microondas (MMDS) es la única que está decreciendo, mientras que el cable y el satélite directo al hogar (DTH) muestran tasas positivas, si bien decrecientes como ya se comentó.

De acuerdo con datos de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, al comenzar el nuevo siglo había 761 concesionarios de televisión restringida en México, divididos así: 670 de televisión por cable, 85 de MMDS y 6 de DTH (COFETEL, 2003).²¹² Esto hablaría de una gran dispersión y por lo tanto de un mercado competitivo. Pero por ejemplo, en el caso del cable los concesionarios individuales están asociados con alguno de los 52 grupos existentes, de los cuales unos pocos son los dominantes (*Telemundo*, 2003).²¹³ Así, la misma fuente oficial anterior nos revela cuál es la participación de mercado de los más importantes grupos empresariales en la televisión mexicana de paga, lo cual se observa en la tabla siguiente.

También aquí, la empresa dominante (aunque no tanto como en la televisión abierta) es Televisa. Las siguientes tres firmas no llegan a 10% de participación de suscriptores cada una, lo que habla de la necesidad de equilibrar el peso de Televisa en relación con el resto. Cablevisión

es la principal empresa de cable, aunque opera sólo en el Distrito Federal, donde tiene el monopolio de esta modalidad televisiva, con 442 mil suscriptores. La Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995 abrió la puerta para que las compañías cableras se convirtieran en redes públicas de telecomunicaciones, es decir, que previa reconversión tecnológica y autorización podrían dar servicio de telefonía, internet y similares. Esto explica la llegada de Bill Gates a Televisa, además de que Microsoft es la que está proveyendo el software para muchas de las empresas que ya ofrecen internet. También se explica por qué se habla en los medios informativos de nuevas fusiones y adquisiciones por ocurrir en el campo.

Tabla X. *Televisión restringida participación de mercado de los principales grupos (por suscriptores)*

Televisa (Cablevisión y SKY)	28%
Megacable	9%
Cablemás	8%
Grupo Galaxy Mexicana (DirecTV)	8%
MVS	6%
Telemedia	3%
Televisión Internacional	3%
Acotel	3%
Grupo Cable TV	3%
Hevi	2%
Grupo TV Cable Mexicano	2%
Otros	26%

Fuente: Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), 2003.

La convergencia digital, que tantas expectativas abrió hace pocos años, y que despertó algunos temores en su faceta empresarial por los aparentemente acelerados movimientos de concentración,²¹⁴ no se había notado tanto en la vida cotidiana de los mexicanos y en todo caso se había aquietado un poco. Pero ahora advertimos que quizá donde la veremos surgir con fuerza es por la mediación de las empresas de televisión restringida.

En promedio, 85.6% de las viviendas mexicanas dispone de televisores, con un diferencial por grados de desarrollo: por ejemplo, en el Distrito Federal y Aguascalientes, Nuevo León y Baja California, más de 95% de los hogares posee televisores; pero estados pobres del sureste, como Chiapas y Oaxaca, no llegan a 60% de telehogares. Un signo esperanzador es que sólo once de treinta y dos estados no llegan al promedio de telehogares.²¹⁵

¿Es la prensa un cuarto poder en nuestro país? Puede ser que apenas lo comience a ser, en la medida en que empiezan a despuntar en nuestra sociedad otros poderes (formales e informales) aparte del ejecutivo. Por el presidencialismo tan acentuado que vivimos durante todo el siglo XX, los poderes legislativo y judicial prácticamente no existían, y si éstos (el “segundo” y el “tercero”) no tenían mucha efectividad, la prensa difícilmente podía representar un “cuarto poder”. Al estar sometida, en gran medida, a los gobiernos priistas, la prensa en realidad *casi* no era ningún poder. Participaba del poder relativamente único del ejecutivo, pero de manera subordinada, lo que muy poco a poco ha ido cambiando durante los últimos años.

Carlos Salinas de Gortari tuvo que ser congruente —por lo menos aparentarlo— con su credo neoliberal y durante su administración hubo intentos, cuando no simples simulacros, de retirar los apoyos gubernamentales a la prensa. Así, por ejemplo, al principio del sexenio se anunció que ya no se pagarían los gastos de viaje a los reporteros que cubrían las giras del presidente y, en general, al parecer disminuyeron los “embutes”. Dice Raúl Trejo:

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

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

Desde los años setenta, pero sobre todo en la década siguiente, se había hecho notar en este terreno *El Norte*, publicado por la familia Junco en Monterrey desde 1922. Setenta años después dejaba de ser claramente un diario regiomontano de interés e importancia local, para proyectarse hacia la región indicada por su nombre y luego a zonas más meridionales del país. Tal expansión condujo de modo natural, en 1993, a la reversión del habitual fenómeno descentralizador. En vez de que un diario capitalino se estableciera (como lo habían hecho *El Universal* y *El Financiero*) en capitales estatales, vino de la periferia al centro *Reforma*.²¹⁶

Otros periódicos han surgido en los últimos años, como *La Crónica de Hoy* en la capital, así como *Milenio* “extensión capitalina del *Diario de Monterrey*, que en aquella ciudad pugnó sin éxito por igualar a *El Norte* pero consiguió abatir a *El Porvenir*”.²¹⁷ Perteneciente al Grupo Multimedios Estrellas de Oro, *Milenio* adquirió en Guadalajara *Público*, que al poco tiempo, en 1997, tuvo la competencia de *Mural*, miembro del grupo de *El Norte*.

“México es un país de muchos periódicos pero pocos lectores”, dice Raúl Trejo.²¹⁸ A lo que añade:

Los periódicos diarios de circulación constante y con redacciones, colaboradores y servicios informativos estables son algo más de 300. Sin embargo, de ellos, no suman más de 50 los que se puede considerar que tienen auténtica presencia pública, local o nacional, debido a su cantidad de lectores o a su capacidad para contribuir a la definición de la agenda pública.²¹⁹

Al comenzar el nuevo milenio, de acuerdo con datos publicados por la revista *Adcebra*, había 325 periódicos con una circulación de 8.3 millones de ejemplares y una circulación diaria por persona de 0.09 ejemplares. Casi una décima parte de esos impresos se publicaban en el Distrito Federal y nueve de los diez con mayor tiraje también eran capitalinos. Tlaxcala, con dos, era la entidad con menos rotativos en el país.²²⁰ La lectura de periódicos es una actividad más bien elitista en nuestro país y de naturaleza altamente centralista, como hemos visto a lo largo de este escrito.

Colofón

En este capítulo hemos efectuado un breve repaso de algunos sucesos que consideramos pertinentes de la historia reciente de los medios masivos de comunicación en México. Es mucho lo que hemos dejado de lado, pero estamos seguros de que lo que incluimos da una panorámica apropiada sobre el carácter exageradamente concentrado de “nuestros” medios. Nosotros seguiremos insistiendo, hasta que no se nos demuestre lo contrario, que los medios no pueden ejercer un contribución apropiada y enriquecedora al proceso democrático en México por la alta concentración en su propiedad y control. Con diferencias entre los propios medios, hay una estructura básicamente oligopólica que determina el papel que pueden desempeñar estos actores sociales en la política, la cultura y aun en la economía nacionales. Pero también hemos visto aquí que los medios no son “todopoderosos” y que en términos históricos son capaces de responder a los reclamos de mayor apertura y pluralidad que les han hecho los ciudadanos en ciertas coyunturas.

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

²⁷ Luis F. Aguilar et al., *Sociedad civil, organizaciones no gubernamentales y transición a la democracia*, Miguel Ángel Porrúa, México, 1994.

²⁸ René Coulomb y María Emilia Herraste, "ONG y políticas habitacionales en México", en José Luis Méndez, coord., *Organizaciones civiles y políticas públicas en México y Centroamérica*, op. cit.

²⁹ Sara Gordon, "Entre la filantropía y el mercado: la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural", en José Luis Méndez, coord., *Organizaciones civiles y políticas públicas en México y Centroamérica*, op. cit.

³⁰ Sergio Aguayo Quezada y Luz Paula Parra Rosales, *Las Organizaciones No Gubernamentales de derechos humanos en México: entre la democracia participativa y la electoral*, op. cit., pp. 36-37.

³¹ Guillermo Valdés Castellanos, "La participación de la sociedad civil en la gestión pública", op. cit., pp. 6-8.

³² *Ibid.*, pp. 31-32

³³ Luis F. Aguilar et al., *Sociedad civil, organizaciones no gubernamentales y transición a la democracia*, op. cit.

³⁴ Gustavo Verduzco Igartúa, *Organizaciones no lucrativas: visión de su trayectoria en México*, El Colegio de México, México, 2003.

³⁵ Para conocer más ampliamente la comparación entre países consúltese Lester Salamon, Helmut K. Anheir and Associates, *The Emerging Sector Revisited. A Summary*, The Johns Hopkins University, Baltimore, 1998.

³⁶ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *Empadronamiento urbano, 1993*; y *Censos económicos, 1993*.

³⁷ Lester Salamon, Helmut K. Anheir and Associates, *The Emerging Sector Revisited. A Summary*, op. cit.

³⁸ *Ídem.*

³⁹ Estas informaciones provienen también del censo económico de 1993 ya que ahí se señalan las fuentes de ingreso de las unidades económicas y si los ingresos se obtienen de los servicios de la misma actividad o si proceden de fuentes externas a la actividad misma como es el caso de las donaciones privadas o los subsidios públicos.

⁴⁰ Según una encuesta de opinión levantada en 1997 en la ciudad de México, 75% de las personas entrevistadas mayores de 18 años acostumbra dar limosna en la calle. Buró de Investigaciones de Mercados, S.A. de C.V. (BIMSA), 1997.

⁴¹ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH)*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, México, 1994.

⁴² Buró de Investigaciones de Mercados, S.A. de C.V., 1997.

⁴³ Esto es de acuerdo con la definición de "personal ocupado" utilizada para el censo económico por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

⁴⁴ "Estudio de opinión pública sobre altruismo", Buró de Investigaciones de Mercados, S.A. de C.V., 1997. El número de encuestados fue de 204, todos ello en la ciudad de México.

⁴⁵ El total de personas de 8 a 19 años de edad y de 50 y más años era en 1996, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares, de cerca de 33 millones.

⁴⁶ De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares de 1996, había aproximadamente 70.5 millones de personas mayores de 8 años.

⁴⁷ Recordemos que en ese periodo se dio una fuerte lucha alrededor de los derechos y las responsabilidades del gobierno frente a la gestión de la educación pública y que finalmente el gobierno no negoció la ampliación del espacio de la educación privada como sucedió en otros países donde no existía el conflicto entre la Iglesia y el gobierno.

⁴⁸ Pablo González Casanova, *La democracia en México*, Era, México, 1965.

⁴⁹ El carácter "informal" es aquí relativo en cuanto a que pueden llegar a ser organizaciones muy importantes en los pueblos y barrios aunque carezcan de registro o de representación legal.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN MÉXICO, 1968-2000

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

² Se puede incluso afirmar que estas industrias culturales han sido causa de algunos aspectos del proceso de modernización en el plano de la cultura.

³ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992.

⁴ *Ídem.*

⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Centralización, poder y comunicación en México*, Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, núm. 3), Guadalajara, 1987; Enrique E. Sánchez Ruiz, "El audiovisual mexicano: ¿Concentrar para

competir?”, en E. Sánchez Ruiz, comp., *Medios audiovisuales, concentración y políticas públicas en la(s) América(s)*, Pearson, Barcelona (en prensa).

⁶ “Centralizado el fenómeno, no pudo dejar de serlo la mirada”, aclara Miguel Ángel Granados Chapa en un recuento similar, periodístico en su caso: Miguel Ángel Granados Chapa, “Males y (re)medios”, en *Proceso*, edición especial del 25 aniversario, núm. especial 9, noviembre de 2001.

⁷ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Medios de comunicación, poder y democracia. Una aproximación histórico-estructural*, Norma (colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura), Buenos Aires (en prensa).

⁸ Es conocida la anécdota de que se le empezó a llamar “amarilla” a la prensa comercial cuando la cadena de William Hearst publicó la caricatura del “Yellow Kid”. De Fleur, Melvin L. y Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Co., Dallas, 1988.

⁹ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Cal y Arena, México, 2001; Francisco de Jesús Aceves González, “De la construcción de las agendas a la centralidad mediática del espacio público”, en Francisco de Jesús Aceves González, ed., *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, IX*, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México, 2002.

¹⁰ Blanca Aguilar Plata, “1986: De *El Imparcial* a la Revolución”, en *Connotaciones*, núm. 4, El Caballito; Celia del Palacio Montiel, “*La Gaceta de Guadalajara*, primer diario moderno de Occidente”, Universidad de Guadalajara, tesis de maestría en sociología, Guadalajara, 1983.

¹¹ José Carreño Carlón, “Cien años de subordinación. Un modelo de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX”, en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, A.C. (<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/modelo.html>, bajado el 15 de julio de 2004); Daniel C. Hallin, “Media, Political Power, and Democratization in Mexico”, en J. Curran y Myung-jin Park, eds., *De-Westernizing Media Studies*, Routledge, London, 2000.

¹² Elizabeth Mahan, “Who Controls? Broadcast Industry-State Interactions in Mexico”, en *The Mexican Forum*, vol. 3, núm. 3, julio de 1983.

¹³ Véanse los análisis de dos connotados periodistas, en dos momentos diferentes: Miguel Ángel Granados Chapa, *Examen de la comunicación en México*, El Caballito, México, 1981; Raymundo Riva Palacio, “A Culture of Collusion: The Ties that Bind the Press and the PRI”, en William Orme, Jr., ed., *A Culture of Collusion. An Inside Look at the Mexican Press*, North-South Center Press, Boulder, 1997.

¹⁴ Raúl Godínez, “Lorenzo Meyer: la historia de México ha sido la crónica del control de los medios”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 13, núm. 66, noviembre-diciembre de 2000, p. 13.

¹⁵ José Carlos Lozano Rendón, “Espectacularización de la información en los noticieros televisivos mexicanos”, ponencia presentada en el XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, San Juan de Puerto Rico, 5-8 de octubre de 2003; John B. Thompson, *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 2001.

¹⁶ Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception”, en *The Dialectics of Enlightenment*, Herder and Herder, New York; véase Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona, 1965.

¹⁷ Aunque en todos estos casos, puede haber ingresos tanto por la venta final como también por la publicidad.

¹⁸ Por ejemplo, Benedict Anderson atribuye a la emergencia de la prensa comercial, de tirajes mayores, el haber contribuido a la generación de las naciones en tanto “comunidades imaginadas”, es decir, del nacionalismo. Véase Benedict Anderson, *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London, 1991.

¹⁹ Aclaremos que en Europa, a pesar de que no han desaparecido los medios públicos, desde los años ochenta ocurrió un proceso acelerado de privatización y “desregulación”.

²⁰ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Medios de comunicación, poder y democracia. Una aproximación histórico-estructural*, op. cit.

²¹ Enrique E. Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, en *Comunicación y Sociedad*, núms. 10-11, septiembre de 1990-abril de 1991.

²² Anthony Giddens, *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Taurus, Madrid, 1999.

²³ Fernando González y González, *Historia de la televisión mexicana, 1950-1985*, edición del autor, México, 1989.

²⁴ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Capital Accumulation. The State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*, disertación doctoral, Stanford University, 1983.

²⁵ *Ídem*.

²⁶ Raymundo Riva Palacio, “A Culture of Collusion: The Ties that Bind the Press and the PRI”, op. cit.

²⁷ José Carreño Carlón, “1962-1992: México a través de los medios”, en *Intermedios*, núm. 1, marzo de 1992, p. 5.

²⁸ *Ibid.*, p. 6.

²⁹ *Ídem*.

³⁰ *Ídem.*

³¹ Marco Levario Turcott, "Un mito llamado *Excelsior*", en *Etcétera*, núm. 9, julio de 2001 (versión electrónica: <http://www.wtcetera.com.mx/pag38ne9.asp>, bajado el 29 de julio de 2004); Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, *op. cit.*

³² Raúl Trejo Delarbre, "Los medios antes y después del 68", en texto leído en una mesa redonda sobre la cultura mexicana en 1968, organizada por el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, 1998 (<http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/Mediosy68.htm>, p. 1, bajado el 30 de julio de 2004).

³³ Carlos Monsiváis, "El 68: las ceremonias del agravio y la memoria", en Julio Scherer García y Carlos Monsiváis: *Parte de guerra. Tlatelolco 1968*, Aguilar, México, 1999, p. 184.

³⁴ Elena Poniatowska, "La prensa en tiempos de Díaz Ordaz", en *La Jornada Digital*, 3 de marzo de 2002 (<http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020303/>, bajado el 8 de agosto de 2004). La propia Poniatowska reproduce los encabezados de "los principales diarios de la capital" un día después de la masacre: Elena Poniatowska, *La noche de Tlatelolco*, Era, México, 1971.

³⁵ Raúl Trejo Delarbre, "Los medios antes y después del 68", *op. cit.*, p. 2.

³⁶ Carlos Monsiváis, "El 68: Las ceremonias del agravio y la memoria", *op. cit.*, p. 239.

³⁷ Julio Scherer García, *Los presidentes*, Grijalbo, México, 1986, p. 12.

³⁸ Citado por Marco Levario Turcott, "Un mito llamado *Excelsior*", *op. cit.*

³⁹ *Ídem.*

⁴⁰ Jesús Ramírez Cuevas, "Televisa y el 68. La televisión le debe una autocrítica a México", en *Masiosare*, núm. 252, suplemento de *La Jornada*, 20 de octubre de 2002, p. 3 (<http://www.jornada.unam.mx/2002/oct02/021020/masramirez.html>, bajado el 6 de agosto de 2004).

⁴¹ *Ibid.*, p. 4.

⁴² *Ídem.*

⁴³ Elena Poniatowska, "La prensa en tiempos de Díaz Ordaz", en *La Jornada Digital*, 3 de marzo de 2002, p. 4 (<http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020303/>, bajado el 8 de agosto de 2004).

⁴⁴ Carlos Monsiváis, "El 68: las ceremonias del agravio y la memoria", *op. cit.*, p. 242.

⁴⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Hacia una cronología de la televisión mexicana", *op. cit.*, p. 247.

⁴⁶ *Ídem.*

⁴⁷ Jesús Ramírez Cuevas, "Televisa y el 68. La televisión le debe una autocrítica a México", en *Masiosare*, núm. 252, suplemento de *La Jornada*, 20 de octubre de 2002, p. 1 (<http://www.jornada.unam.mx/2002/oct02/021020/masramirez.html>, bajado el 6 de agosto de 2004). Véase también Raúl Trejo Delarbre, "Desmemoriados radiodifusores", en *La Crónica de Hoy*, columna Sociedad y Poder, 10 de octubre de 2002 (<http://raultrejo.tripod.com/Sociedadypodertextos2002/Radiodifusoresdesmemoriadosoctubre10.htm>, bajado el 8 de agosto de 2004).

⁴⁸ Citado por Raúl Cremoux, *¿Televisión o prisión electrónica?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1974 (cursivas añadidas). En 1972, cuando los empresarios de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México negociaron con Echeverría y miembros de su gabinete su fusión en lo que sería Televisa, el argumento utilizado fue el de una "nueva fórmula mexicana de televisión". Es decir, respondían al llamado de Echeverría. Véase Enrique E. Sánchez Ruiz, *Capital Accumulation. The State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*, *op. cit.*

⁴⁹ Miguel Ángel Granados Chapa, "1970-1976, un sexenio de comunicación", en *Connotaciones*, núm. 1, El Caballito-Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, 1981.

⁵⁰ Daniel Cosío Villegas, *El sistema político mexicano. Las posibilidades del cambio*, Joaquín Mortiz, México, 1974.

⁵¹ *Ídem.* Véase también Miguel Ángel Granados Chapa, "Echeverría y Pinochet", en *Mural*, 25 de julio de 2004 (<http://www.mural.com/editoriales/nacional/401596/>, bajado el 6 de agosto de 2004).

⁵² Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*, MAPA-Instituto Mexicano de Cinematografía-Canal 22-Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1998, p. 278.

⁵³ Moisés Viñas, "Historia reciente del cine mexicano", en E. de la Vega Alfaro y E. Sánchez Ruiz, comps., *Bye bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1994.

⁵⁴ *Ibid.*, p. 32. Los concursos a que se refiere la cita tuvieron lugar durante los años sesenta.

⁵⁵ Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*, *op. cit.*

⁵⁶ *Ibid.*, p. 304.

⁵⁷ Moisés Viñas, "Historia reciente del cine mexicano", *op. cit.*, p. 33.

⁵⁸ Alberto Esquivel Villar y Gabriel Sosa Plata, *Las Mil y una Radios. Una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana*, McGraw Hill, México, s.f.

⁵⁹ José Carreño Carlón, "1962-1992: México a través de los medios", en *Intermedios*, núm. 1, marzo de 1992, p. 8.

⁶⁰ Pablo Arredondo Ramírez y Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1986.

- ⁶¹ Luis Antonio de Noriega y Frances Leach, *Broadcasting in Mexico*, Routledge and Kegan Paul, London, 1979.
- ⁶² Nacional Financiera, *La economía mexicana en cifras*, Nacional Financiera, México, 1981.
- ⁶³ Luis Antonio de Noriega y Frances Leach, *Broadcasting in Mexico*, *op. cit.*, p. 37.
- ⁶⁴ Por lo menos, sus jefes. Véase Orlando Ortiz, *Jueves de Corpus*, Diógenes, México, 1971.
- ⁶⁵ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México, 1982.
- ⁶⁶ Jorge Alberto Lozoya, "La TV estatal en México: notas sobre un intento", en *Foro Internacional*, núm. 55, enero-marzo de 1974, p. 402.
- ⁶⁷ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, *op. cit.*
- ⁶⁸ Miguel Ángel Granados Chapa, "La televisión de Estado. En busca del tiempo perdido", en *Nueva Política*, vol. 1, núm. 3, julio-septiembre de 1976, p. 232.
- ⁶⁹ Miguel Alemán Velasco, "El Estado y la televisión", en *Nueva Política*, vol. 1, núm. 3, julio-septiembre de 1976, p. 195.
- ⁷⁰ Miguel Ángel Granados Chapa, "1970-1976, un sexenio de comunicación", en *Connotaciones*, núm. 1, El Caballito-Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, 1981, p. 27.
- ⁷¹ *Ídem.*
- ⁷² *Ídem.*
- ⁷³ Angela M. Delli Sante, "The Private Sector, Business Organizations, and International Influence: A Case Study of Mexico", en R. Fagen, ed., *Capitalism and the State in U.S.-Latin American Relations*, Stanford University Press, Stanford, 1979.
- ⁷⁴ Miguel Ángel Granados Chapa, "1970-1976, un sexenio de comunicación", *op. cit.*, p. 33.
- ⁷⁵ Angela M. Delli Sante, "The Private Sector, Business Organizations, and International Influence: A Case Study of Mexico", *op. cit.*
- ⁷⁶ Petra María Secanella, *El periodismo político en México*, Prisma, México, s.f.
- ⁷⁷ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, *op. cit.*, p. 165. Este investigador se cuenta entre los que manifiestan dudas sobre la "orquestación" desde la cúpula gubernamental de la expulsión de Scherer.
- ⁷⁸ Miguel Ángel Granados Chapa, "Males y (re)medios", *op. cit.*, p. 80.
- ⁷⁹ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, *op. cit.*, p. 167.
- ⁸⁰ Véase Enrique E. Sánchez Ruiz, "Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, mayo-agosto de 1990. Esta sección es una muy apretada síntesis de este artículo.
- ⁸¹ Se amplió la participación de la oposición, fraccionándola, en particular a la izquierda.
- ⁸² Enrique E. Sánchez Ruiz, "Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982", *op. cit.*
- ⁸³ *Ídem.*
- ⁸⁴ Carlos Marín, "Una vaguedad: derecho a la libertad de expresión de la política actual del gobierno", en *Proceso*, núm. 187, 2 de junio de 1980, p. 8.
- ⁸⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982", *op. cit.*, 1990.
- ⁸⁶ *El Sol de México*, 14 de octubre de 1981, p. 3.
- ⁸⁷ Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva, "La red de complicidades entre medios y gobierno, obstáculo fundamental. Crónica de los frustrados intentos reformistas", en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, A.C. (<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/cronica.html>, bajado el 15 de julio de 2004).
- ⁸⁸ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982", *op. cit.*
- ⁸⁹ Petra María Secanella, *El periodismo político en México*, *op. cit.*, p. 41.
- ⁹⁰ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, *op. cit.*, p. 171.
- ⁹¹ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser", en José Carlos Lozano, ed., *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, I*, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México, 1994.
- ⁹² *Ídem.* Raymundo Riva Palacio, "A Culture of Collusion: The Ties that Bind the Press and the PRI", *op. cit.*
- ⁹³ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser", *op. cit.*
- ⁹⁴ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El libre comercio y la industria cultural", en varios autores, *Pasajes de la edición. I Foro Internacional de Editores*, Secretaría de Educación Pública-Universidad de Guadalajara-Feria Internacional del Libro-CERLALC, Guadalajara, 2003.

⁹⁵ Banco Nacional de México, *México social, 1985-1986. Indicadores seleccionados*, Estudios Sociales Banco Nacional de México, México, 1986; especialmente esta última respuesta nos parecería influida por lo que los libros de metodología llaman “deseabilidad social”, es decir, la gente se representa en sus respuestas como sería deseable ser.

⁹⁶ Un trabajo que se desarrolla bajo esas premisas es el de Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Alianza, México, 1986.

⁹⁷ Miguel Ángel Granados Chapa, “Males y (re)medios”, *op. cit.*, p. 81.

⁹⁸ *Ídem.* La venta a Manuel Alonso ocurrió ya en 1998.

⁹⁹ *Ídem.* *El Financiero* lo fundó Rogelio Cárdenas, que había sido reportero de asuntos políticos en el antiguo *Ex-celsior*.

¹⁰⁰ Oswaldo Baqueiro López, *La prensa y el Estado*, Nuestra América, México, 1986. La expresión citada es, desde luego, irónica y en todo caso tendría que entenderse en su contexto discursivo que no se puede incluir aquí.

¹⁰¹ Fernando Mejía Barquera, “Historia mínima de la radio mexicana”, en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía (<http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html>, bajado el 15 de julio de 2004).

¹⁰² *Ídem.*

¹⁰³ Delia María Crovi Druetta, “La televisión por cable: el caso mexicano”, en *Cuadernos de Ciencias de la Comunicación*, núm. 1, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1990.

¹⁰⁴ Carola García Calderón, *Para conectarse a Cablevisión*, El Caballito, México, 1987.

¹⁰⁵ Delia María Crovi Druetta, “Televisión por cable en México: una industria en busca de nuevos rumbos”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 35, enero-junio de 1999.

¹⁰⁶ Carola García Calderón, *Para conectarse a Cablevisión*, *op. cit.*

¹⁰⁷ Pablo González Casanova y Héctor Aguilar Camín, coords., *México ante la crisis*, Siglo XXI, México, 1985.

¹⁰⁸ Fernando Mejía Barquera, “Historia mínima de la radio mexicana”, *op. cit.*

¹⁰⁹ Enrique E. Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, *op. cit.*

¹¹⁰ *Ídem.*

¹¹¹ Recordemos que las estaciones “concesionarias” son las comerciales, mientras que las “permisionarias” son culturales, educativas o de servicio público, que no deben comercializar.

¹¹² Cristina Romo, *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, Instituto Mexicano de la Radio-Fundación Manuel Buendía, México, 1990.

¹¹³ Francisco Rodríguez Ezeta, “Comunicación en el sismo: sismo en la comunicación”, en *Cuadernos de Comunicación*, núm. 95, diciembre de 1985.

¹¹⁴ Rosalía Winocour, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona, 2002, p. 70.

¹¹⁵ Cristina Romo, *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, 1991.

¹¹⁶ Fernando Mejía Barquera, “Historia mínima de la radio mexicana”, *op. cit.*

¹¹⁷ *Ídem.*

¹¹⁸ Cristina Romo, *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México*, *op. cit.*, p. 27.

¹¹⁹ Multi-point, multi-channel distribution system, opera por microondas en la banda de frecuencias ultra altas.

¹²⁰ Francisco de Jesús Aceves González, *La televisión en Guadalajara. Génesis y desarrollo*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1987.

¹²¹ Comisión Federal de Telecomunicaciones, *Informe anual de labores, 2000*, Comisión Federal de Telecomunicaciones, México, 2000. En la página web de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes también se registra esa primera concesión a Multivisión, en 1989. Pero quien escribe esto, fue usuario de aquel sistema con “antenita”, entre 1986 y 1989. Si bien al parecer la firma tapatúa oficialmente “no existió”, hemos testigos de que en los hechos efectivamente operó por esas fechas.

¹²² Enrique E. Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, *op. cit.* En realidad, la venta completa de la corporación, ya denominada Univisión, se formaliza en febrero de 1988.

¹²³ Empresa de Comunicaciones Orbitales.

¹²⁴ Enrique E. Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, *op. cit.*

¹²⁵ *Ídem.*

¹²⁶ Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1897-1997*, *op. cit.*, p. 330.

¹²⁷ En los cuadros originales en el libro de Emilio García Riera las sumas no corresponden a los totales, entre otras cosas porque el autor no usa categorías mutuamente excluyentes. Tomamos los datos porque nos parecen ilustrativos de ciertas tendencias principales.

¹²⁸ Éstas son dos categorías que usa García Riera para mostrar una tendencia del cine comercial. Las “películas

léperas” tienen como contexto las clases trabajadoras urbanas, cuyos personajes se comunican con el uso “generoso” de las llamadas malas palabras, o “leperadas”.

¹²⁹ Véase Enrique E. Sánchez Ruiz, “El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual”, en Julianne Burton-Carvajal et al., comps., *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, Universidad de Guadalajara-Instituto Mexicano de Cinematografía, Guadalajara, 1998.

¹³⁰ Véase Enrique E. Sánchez Ruiz, “Las coproducciones en el cine mexicano” y Víctor Ugalde, y Pedro Reygadas, “La construcción del futuro cine mexicano. ¿Yankees Welcome?”, ambos en E. de la Vega Alfaro y E. Sánchez Ruiz, comps., *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, op. cit.

¹³¹ Véase Miguel Basañez, *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*, Siglo XXI, México, 1990.

¹³² Susan E. Manning, “Politics and Economic Change in Mexico: Neoliberalism, the State, and Civil Society”, en Working Paper núm. 19, 1996, <http://www.jhu.edu/~soc/pcid/papers/19.htm>, Program in Comparative and International Development, Department of Sociology, Johns Hopkins University.

¹³³ Raúl Trejo Delarbre, “El proceso electoral de 1988”, en P. Arredondo et al., *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, p. 18.

¹³⁴ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, op. cit., p. 189.

¹³⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, *Medios de comunicación, poder y democracia. Una aproximación histórico-estructural*, op. cit.

¹³⁶ Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, op. cit., p. 180.

¹³⁷ Ojo: mas no “todopoderosa”.

¹³⁸ Citado en Enrique E. Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, op. cit., p. 258.

¹³⁹ Citado por Pablo Arredondo, “Los medios de comunicación en la lucha político-electoral”, en Arredondo et al., *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, op. cit., p. 64.

¹⁴⁰ James A. McCann y Chappell Lawson, “An Electorate Adrift? Public Opinion and the Quality of Democracy in Mexico”, en *Latin American Research Review*, vol. 38, núm. 3, otoño de 2003.

¹⁴¹ Recordemos que Cárdenas se había escindido del PRI, junto con Porfirio Muñoz Ledo y otros priístas de la llamada Corriente Democrática en 1987. Una breve pero adecuada descripción en Raúl Trejo Delarbre, “El proceso electoral de 1988”, op. cit.

¹⁴² Raúl Trejo Delarbre, “Campañas y elecciones en la prensa de la ciudad de México”, en P. Arredondo et al., *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, op. cit., cuadro 12; Gabriel Sosa Plata, “Crisol de expresiones. Radio: apertura política, mismos oligopolios”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 16, núm. 83, septiembre-octubre de 1992, tabla 8.

¹⁴³ Gilberto Fregoso, “Análisis sobre la información política de la prensa de Guadalajara: la sucesión presidencial”, en P. Arredondo et al., *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, op. cit. Esto se refiere a la agregación de las coberturas. Desde luego que hubo diferencias entre los periódicos, que no se pueden presentar aquí por razones de espacio.

¹⁴⁴ Juan Carlos Gamboa Henze, “Medios de comunicación, encuestas y elección presidencial: México 1994”, en Roderic Ai Camp, comp., *Encuestas y democracia: Opinión pública y apertura política en México*, Siglo XXI, México, 1997.

¹⁴⁵ Miguel Basañez, *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*, op. cit.

¹⁴⁶ Aclaremos que ésta es una presentación muy simplificada y esquemática. Para análisis más completos, véase P. Arredondo et al., *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, op. cit.; Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, op. cit.

¹⁴⁷ Enrique E. Sánchez Ruiz, “Los medios y la democracia en América Latina: el problema del huevo y la gallina”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 20, enero-abril, 1994. Este artículo fue originalmente una conferencia leída en Caracas, en 1993 y efectivamente la invitación consistía en contestar la pregunta sobre la aportación de los medios a la democracia.

¹⁴⁸ Alma Rosa Alva de la Selva, “Quince años de televisión en México. De la expansión a la cúpula del poder”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 16, núm. 83, septiembre-octubre de 2003.

¹⁴⁹ Lorenzo Meyer, *Liberalismo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*, Oceano, México, 1995.

¹⁵⁰ El dato de 1988 es de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, reportado en la *Enciclopedia de México*, versión digital, 2002. Los de 1994 y 2000 se encuentran en “Estadísticas”, en la página web de la Secretaría (<http://www.sct.gob.mx>, bajados el 8 de noviembre de 2004).

¹⁵¹ Rosalía Winocour, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, op. cit.

¹⁵² Gabriel Sosa Plata, “Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 16, núm. 83, septiembre-octubre de 2003, pp. 23-24.

¹⁵³ *Ídem.*

¹⁵⁴ Rosalía Winocour, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, op. cit.

¹⁵⁵ Gabriel Sosa Plata, “Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones”, op. cit., p. 26.

- ¹⁵⁶ Me refiero a su propia perspectiva.
- ¹⁵⁷ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age", en V. Mosco y D. Schiller, eds., *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, 2001.
- ¹⁵⁸ "Multi-point Multi-Channel Distribution System", como Multivisión.
- ¹⁵⁹ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age", *op. cit.*
- ¹⁶⁰ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Mercados globales, nacionales y regionales en los flujos de programación televisiva: un acercamiento al caso mexicano", en F. Hernández Lomelí y E. Sánchez Ruiz *Televisión y mercados. Una perspectiva mexicana*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2000.
- ¹⁶¹ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age", *op. cit.*
- ¹⁶² Eduardo de la Vega Alfaro, "La política cinematográfica del régimen salinista", en *Signos*, núm. 11, enero de 1995.
- ¹⁶³ Véanse los trabajos de Marcela Fernández Violante ("La exhibición cinematográfica: Espejo de un imperio"), Víctor Ugalde ("El TLC: la otra conquista") y Enrique E. Sánchez Ruiz ("Los medios audiovisuales mexicanos, a cinco años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte") en Varios, *Industrias culturales y TLC. Impactos y retos de la apertura*, Sociedad Mexicana de Escritores de México-RMALC-Fronteras Comunes, México, 2000; véase también Federico Dávalos, "Notas sobre las condiciones actuales de la industria cinematográfica mexicana", en D. Crovi, coord., *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1995.
- ¹⁶⁴ Eduardo de la Vega Alfaro, "La política cinematográfica del régimen salinista", *op. cit.*; Sergio de la Mora, "Packaging Mexico: The Politics of Mexican Film Culture in the NAFTA Era", *op. cit.*; véase también David Maciel, "Mexican Cinema in the '90s", en *Current Trends*, 1995 (<http://www.slatinofilm.com/trends8.html>, bajado el 8 de agosto de 2002), publicado originalmente en el programa del "Cine Estudiantil: Chicano/Latino & Native Student Film & Video Festival", San Diego, 1995.
- ¹⁶⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", *op. cit.*
- ¹⁶⁶ El cual tampoco en realidad funciona "solito". Sobre los cambios del "nacionalismo revolucionario" al neoliberalismo y a la "condición postmexicana", véase Lorenzo Meyer, *Liberalismo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*, *op. cit.*; Roger Bartra, *La sangre y la tinta. Ensayos sobre la condición postmexicana*, Oceano, México, 1999.
- ¹⁶⁷ Lo que sigue no es una cita textual. Se le da formato diferente por fines expositivos.
- ¹⁶⁸ Sergio de la Mora, "Packaging Mexico: The Politics of Mexican Film Culture in the NAFTA Era", *op. cit.*, p. 46.
- ¹⁶⁹ *Ídem.*
- ¹⁷⁰ Eduardo de la Vega Alfaro, "La política cinematográfica del régimen salinista", *op. cit.*, p. 32.
- ¹⁷¹ Sergio de la Mora, "Packaging Mexico: The Politics of Mexican Film Culture in the NAFTA Era", *op. cit.*, p. 48.
- ¹⁷² Eduardo de la Vega Alfaro, "La política cinematográfica del régimen salinista", *op. cit.*, 1995, p. 32.
- ¹⁷³ Sergio de la Mora, "Packaging Mexico: The Politics of Mexican Film Culture in the NAFTA Era", *op. cit.*, p. 48.
- ¹⁷⁴ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Las coproducciones en el cine mexicano", *op. cit.*
- ¹⁷⁵ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", *op. cit.*
- ¹⁷⁶ Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*, *op. cit.*, p. 357.
- ¹⁷⁷ Enrique E. Sánchez Ruiz, "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", *op. cit.*
- ¹⁷⁸ "Grupo canadiense compra Cinemex", en *El Financiero*, sección Negocios, 20 de julio de 2002, p. 18.
- ¹⁷⁹ Véase, por ejemplo, "El arte del séptimo arte", en *Alto Nivel*, año 9, núm. 106, junio de 1997.
- ¹⁸⁰ Y los propios medios cometen el error también. Véase, por ejemplo, Isabel Becerril, "Rechaza la industria del cine modificaciones a la ley federal", en *El Financiero*, sección Negocios, 24 de septiembre de 1998, p. 22. En realidad, "la industria" no hablaba a nombre del sector de la producción, minoritario en la cámara.
- ¹⁸¹ Marcela Fernández Violante, "La exhibición cinematográfica: espejo de un imperio", *op. cit.*
- ¹⁸² Héctor Rivera J., "Refuta Marcela Fernández Violante la acusación de marginar a Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica en el anteproyecto de la nueva ley cinematográfica", en *Proceso*, núm. 1,118, 5 de abril de 1998.
- ¹⁸³ Víctor Ugalde, "Una nueva ley ¿Una nueva industria?", en *Debates*, noviembre de 2000, p. 2 (<http://www.francia.org.mx/debates/noviembre/leydecine.htm-biovu>, bajado el 23 de abril de 2001).
- ¹⁸⁴ Marcela Fernández Violante, "La exhibición cinematográfica: espejo de un imperio", *op. cit.*, p. 111.
- ¹⁸⁵ Raquel Peguero, "¿Q'edó listo el dictamen sobre la Ley Federal de Cinematografía", en *La Jornada*, 13 de diciembre de 1998; "Aprobaron la nueva ley de cine", en *Público*, 14 de diciembre de 1998, sección Arte y Gente,

p. 10; Yalín Cacho López, "Optimismo de productores por la nueva ley de cine", en *El Financiero*, sección Negocios, 15 de diciembre de 1998, p. 44.

¹⁸⁶ Jorge Camargo, "Regresa Senado Ley sobre cine", en *Mural*, sección Nacional, 16 de diciembre de 1998, p. 2; Mary Sutter, "Mexican Senate Alters Film Law", en *Variety*, 4 de enero de 1999 (<http://www.finarticles.com>, bajado el 18 de mayo de 2001).

¹⁸⁷ Víctor Ugalde, "Una nueva ley. ¿Una nueva industria?", *op. cit.*, 2000.

¹⁸⁸ Carmen García Bermejo, "Distribuidoras de películas se amparan contra la ley de cine", en *El Financiero*, sección cultural, 15 de septiembre de 1999, p. 56.

¹⁸⁹ "La Suprema Corte autorizó el doblaje de películas. No habrá represalias contra las empresas", en *Público*, 8 de marzo de 2000. Véase José Felipe Coria, "La Suprema Corte de Justicia de la Nación mata al cine", en *El Financiero*, sección cultural, 13 de marzo de 2000, p. 103.

¹⁹⁰ Jesús Hernández, "Ernesto Zedillo recibirá a embajador hollywoodense. Visita de Estado de Jack Valenti, presidente de la Motion Picture Association", en *El Financiero*, sección Negocios, 20 de julio de 1999, p. 28; Jesús Hernández, "México bajo la lupa. La Motion Picture Association, entre el espionaje y la diplomacia", en *El Financiero*, 16 de enero de 1999, p. 48.

¹⁹¹ Que incluía, además de los canales 7 y 13 de la ciudad de México y sus respectivas redes de repetidoras, una cadena de ciento veintiún salas cinematográficas, los Estudios América, para producción filmica, y el periódico *El Nacional*, que finalmente no fue adquirido con el resto.

¹⁹² De hecho se dice que recibieron información y ayuda de Raúl Salinas, hermano del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari (quienes, por cierto, no tienen parentesco con Ricardo Salinas Pliego). Lo que sí es un hecho comprobado fue que Raúl Salinas hizo un préstamo por 29 millones de dólares a Ricardo Salinas, destinado a la adquisición de TV Azteca ("Préstamo de 29 mdd para la compra de TV Azteca", en *El Financiero*, 2 de noviembre de 1997, sección Economía, p. 5).

¹⁹³ En este caso, se trataría de una suerte de "premio de consolación" a Televisa, que durante tantos años se comportó como fiel aliado de los gobiernos del PRI.

¹⁹⁴ Lo novedoso en este caso está en que la protagonista femenina "le paga" al marido infiel, enamorándose de alguien bastante más joven que ella, lo cual trajo algunas protestas de sectores conservadores de la sociedad. La telenovela que siguió a *Mirada de mujer* narraba la historia de un sacerdote que es "tentado por el amor" de una bella y sensual mujer. También en este caso hubo manifestaciones de protesta, que incluyeron a algunos voceros del clero católico.

¹⁹⁵ <http://www.tvazteca.com.mx>, bajado el 4 de abril de 1998.

¹⁹⁶ <http://200.23.224.1/informe/result4es/index4es.htm>, bajado el 6 de abril de 1998.

¹⁹⁷ *El Financiero*, 6 de octubre de 1997, p. 20.

¹⁹⁸ "[...] este año la empresa invertirá cien millones de dólares en producción propia y pretende captar 40 por ciento del total de los anunciantes", en *El Financiero*, primero de abril de 1998, p. 20.

¹⁹⁹ "TV Azteca abandona el estigma de ser negocio de pantalla", en *El Financiero*, 11 de febrero de 1988, p. 18.

²⁰⁰ <http://200.23.224.1/informe/result4es7index4es.htm>, p. 1, bajado el 6 de abril de 1998.

²⁰¹ "Es '96 el año de TV Azteca", en *Reforma*, sección Gente, p. 7.

²⁰² "Hechos en el Ajusco", en *Época*, núm. 357, 6 de abril de 1998.

²⁰³ Hugo González, "Compra Bill Gates participación en Televisa", en *Público*, sección Negocios, 31 de julio de 2003, p. 37.

²⁰⁴ Fernando Mejía Barquera, "Televisa: alta definición y doble nacionalidad", en *Público*, sección Tendencias, columna Cambio de Frecuencia, 4 de julio de 2003, p. 44; Fernando Mejía Barquera, "Televisa y TV Azteca, batalla en Estados Unidos", en *Público*, sección Tendencias, columna Cambio de Frecuencia, 27 de septiembre de 2002, p. 46.

²⁰⁵ John Sinclair, *Latin American Television. A Global View*, Oxford University Press, Oxford, 1999.

²⁰⁶ Daniël Biltereyst y Philippe Meers, "The International Telenovela Debate and the Contra-flow Argument: A Reappraisal", en *Media, Culture and Society*, vol. 22, 2000.

²⁰⁷ *Ídem*.

²⁰⁸ Enrique E. Sánchez Ruiz, "Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age", *op. cit.*

²⁰⁹ *Ídem*. Enrique E. Sánchez Ruiz, "La televisión y el sector audiovisual mexicano. Breve examen de flujos desiguales", en *Revista Universidad de Guadalajara*, núm. 20, otoño de 2001. Un país es *importador neto* si compra más de lo que vende.

²¹⁰ Fernando Mejía Barquera, "Política y negocio. Cambio empresarial y tecnológico", en *Etcétera*, núm. 400, 2000, p. 2 (<http://www.etcetera.com.mx/2000/400/mejia400.html>, bajado el 8 de febrero de 2004).

²¹¹ Francisco de Jesús Aceves González, "Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La partici-

pación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas”, en *Comunicación y Sociedad*, nueva época, núm. 1, enero-junio de 2004.

²¹² Dirección General de Televisión y Audio Restringidos, “Diagnóstico de la TV por cable 2003”, Comisión Federal de Telecomunicaciones, México, abril de 2003, sin paginación (www.cft.gov.mx/html/1_oft/7dis/presentaciones/mayo_2003/index.htm, bajado el 4 de marzo de 2005).

²¹³ *Idem.*

²¹⁴ La fusión de Time Warner con America Online en 2000, por ejemplo.

²¹⁵ <http://www.sct.gov.mx>, bajado el 8 de noviembre de 2004.

²¹⁶ Miguel Ángel Granados Chapa, “Males y (re)medios”, *op. cit.*, p. 81.

²¹⁷ *Idem.*, p. 82.

²¹⁸ Raúl Trejo Delarbre, “Reporte sobre los medios en México-2002”, p. 2 (<http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/reportemediosmexico2002.htm>, bajado el 2 de agosto de 2004).

²¹⁹ *Idem.*

²²⁰ “Prensa”, en *Todo México*, actualización 2001 de la *Enciclopedia de México* en CD-ROM.

DEL LIBRO A LA PANTALLA: LA CULTURA MEXICANA DEL SIGLO XX HACIA EL XXI

¹ Más allá de la definición de cultura que, basada en la antropología, identifica este término con la totalidad de la vida social, aguarda una redefinición del concepto que apunta a otro campo de estudio: “lo cultural”, con su énfasis en las contradicciones locales y translocales, sus relatos y sus significados múltiples —en última instancia de cariz político—, tal como lo ha descrito Néstor García Canclini, *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Gedisa, Barcelona, 2004, pp. 29-43.

² V. Antonio Bertrán, “Iluminado en su país solar”, en *Reforma*, 17 de diciembre de 1998.

³ Cfr. Guillermo Sheridan, *Poeta con paisaje. Ensayos sobre la vida de Octavio Paz*, Era, México, 2004, p. 208.

⁴ Benno von Wiese, *La cultura de la Ilustración*, traducción y prólogo de Enrique Tierno Galván, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1979, p. 21.

⁵ Huberto Batis, *Lo que Cuadernos del Viento se llevó*, Diógenes, México, 1984.

⁶ Octavio Paz, “Crítica de la pirámide”, en *México en la obra de Octavio Paz*, t. I: *El peregrino en su patria*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, pp. 255-303.

⁷ Enrique Krauze definió al caudillo cultural como una vocación del intelectual mexicano por sentirse “Platón en Siracusa y no Sócrates, humilde buscador de la verdad”, en *Caudillos culturales de la Revolución mexicana*, Secretaría de Educación Pública-Siglo XXI, México, 1985, pp. 11 y ss.

⁸ José Joaquín Blanco, *Se llamaba Vasconcelos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1977, 213 pp.

⁹ Christopher Domínguez Michael, “Jorge Cuesta y la crítica del demonio”, en *Tiros en el concierto*, Era, México, pp. 271-335.

¹⁰ Salvador Novo, *La vida en México en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Antropología e Historia, México, 1997. En tomos sucesivos se cubren las presidencias de Manuel Ávila Camacho, Miguel Alemán Valdés, Adolfo Ruiz Cortines, Adolfo López Mateos, Gustavo Díaz Ordaz y los tres primeros años de Luis Echeverría Álvarez.

¹¹ Luis Guillermo Piazza, *La Mafía*, Joaquín Mortiz, México, 1967, p. 86.

¹² Octavio Paz, *El ogro filantrópico. Historia y política, 1971-1978*, Joaquín Mortiz, México, 1979, p. 306.

¹³ Cfr. Héctor Aguilar Camín, *Saldos de la Revolución*, Oceano, México, 1984, pp. 271-298.

¹⁴ Para un panorama de los años finales de Octavio Paz y sus polémicas intelectuales, véase Armando González Torres, *Las guerras culturales de Octavio Paz*, Colibrí-Gobierno del Estado de Puebla, México, 2002.

¹⁵ Octavio Paz, *Itinerario*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993, pp. 251-252.

¹⁶ Octavio Paz, *La otra voz. Poesía y fin de siglo*, Seix Barral, México, 1990, p. 104.

¹⁷ Cfr. Luis Enrique López, “Consumo cultural”, en *Reforma*, 21-25 de enero de 1996. Desde 1994 en adelante, Grupo Reforma ha realizado una encuesta anual sobre hábitos, gustos y preferencias en el consumo cultural en la ciudad de México, Monterrey y Guadalajara que publica cada primavera.

¹⁸ Cfr. Jorge Ayala Blanco, *La grandeza del cine mexicano*, Oceano, México, 2004.

¹⁹ Las atmósferas de esa época son registradas por Julia Preston y Samuel Dillon, *El despertar de México. Episodios de una búsqueda de la democracia*, Oceano, México, 2004; también véase Jorge Fernández Menéndez, *El otro poder. Las redes del narcotráfico, la política y la violencia*, Nuevo Siglo-Aguilar, México, 2001; y Jorge Volpi, *La guerra y las palabras. Una historia intelectual de 1994*, Era, México. Hay dos obras que son esenciales para comprender el origen y desenlace del neoinidgenismo: Guillermo Bonfil Batalla, *México profundo*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Gri-