

ria" y mucho en el "centro", aunque en principio esas mismas tecnologías pueden utilizarse para lo contrario. Por otro lado, obviamente el periodismo del interior de la República ha tenido que "producir" sus propias noticias locales, aunque sin dejar de depender de las agencias nacionales y transnacionales de noticias para proveerse de la información más general. Todo esto ha propiciado que las grandes redes y cadenas periodísticas, radiofónicas y televisivas hayan establecido su centro en la Ciudad de México. Asimismo, se han desarrollado en la metrópoli grandes compañías de comercialización (i.e., venta de publicidad), intermediarias entre las grandes agencias publicitarias y los medios de difusión de la provincia. Todos estos factores, entonces, han producido un sistema de poder, una estructura centralizada en la cual un gran poder de decisión a diversos niveles se encuentra ubicado en la capital del país.

LOS MEDIOS DE DIFUSION EN MEXICO

(Una ojeada a su emergencia y desarrollo)

Es importante recordar que el desarrollo de los medios masivos en México ha estado íntimamente ligado con el proceso de desarrollo capitalista dependiente de la nación. Este, a su vez, ha mostrado cambios y tendencias paralelas al devenir político del país, dadas las características del Estado mexicano postrevolucionario, presidencialista, centralista, corporativizado e intervencionista en todas las esferas de la sociedad civil desde Elías Calles y especialmente desde Cárdenas. La centralización económica y política es una característica estructural de nuestro país, con raíces históricas seculares, pero reforzada por los procesos del siglo XX postrevolucionario.

Durante el período del presidente Lázaro Cárdenas, acorde con sus políticas nacionalistas y populistas, hay ciertos intentos del Estado mexicano para intervenir directamente en los medios de comunicación, con objetivos proteccionistas. Al mismo tiempo, con respecto a los medios de difusión, tal como ocurrió con la economía nacional, durante la administración de Cárdenas se sientan las bases para el desarrollo y fortalecimiento de un sector privado que posteriormente encontró todo el apoyo gubernamental durante los

regímenes de la llamada "unidad nacional", de Manuel Avila Camacho y de Miguel Alemán. La participación del Estado en los medios se minimizó durante este último período, como en otras esferas de la producción y de la sociedad civil. El proceso de internacionalización de la economía mexicana, que comienza a consolidarse con las estrategias del "desarrollo estabilizador" y con la segunda fase de sustitución de importaciones (de bienes de consumo durable e intermedios), significará un crecimiento sostenido de la economía mexicana durante las administraciones de Ruiz Cortinez, López Mateos y Díaz Ordaz, con un crecimiento paralelo de los medios de difusión. Pero el crecimiento sostenido, el "milagro mexicano", resultaría altamente concentrador del ingreso y provocaría una fuerte dependencia del exterior. La concentración de la riqueza encuentra su paralelo —reflejo y consecuencia— en la concentración y centralización de la propiedad y el control de los medios, en especial los electrónicos. Durante el régimen de Gustavo Díaz Ordaz, cuando comienzan a verse los síntomas del "agotamiento" del modelo de industrialización, el Estado mismo, al entrar en una crisis importante de legitimidad, comenzará a intentar participar de nuevo en los medios, especialmente en radio y televisión. lo que preparará el terreno para los cambios importantes que ocurren en el sexenio de Luis Echeverría: la configuración del monopolio privado de la televisión, Televisa (a su vez uno de los más grandes imperios de medios del mundo), y su reforzamiento por la "competencia complementaria y legitimadora" del monopolio estatal de la televisión/³ (Sánchez Ruiz, 1983). Las crisis que México ha sufrido desde entonces incluyen la crisis de la concentración y centralización económica, política y cultural. La centralización de los medios masivos es sólo una manifestación de la situación histórica más amplia.

Un punto que aquí no podemos abordar con extensión por falta de espacio es el de la legislación sobre medios masivos en México. Sin embargo, es importante apuntar que virtualmente *todas* las leyes y reglamentos que se refieren a los medios son de carácter federal. lo que implica que el control legal de los medios de difusión mexicanos es prácticamente centralizado por completo. Enseguida haremos un recuento breve de la emergencia histórica de las

³ Si bien estamos hablando en rigor de un duopolio, nos interesa recalcar el hecho de que, del lado del sector privado, existe de hecho un monopolio, pues no hay más grupos del mismo sector que compitan con Televisa.

estructuras básicas de la prensa, el cine, la radio y la televisión en México.⁴

PRENSA. El periodismo escrito nació en México durante la colonia, aunque solamente adquirió un carácter masivo e industrial hasta fines del siglo pasado, con el establecimiento de *El Imparcial*, periódico subsidiado por el régimen porfirista. De una prensa de interés principalmente religioso, comercial y político-militar, pasó a ser después de la independencia una prensa preponderantemente política y partidista, cuando en la época de las grandes luchas ideológicas entre liberales y conservadores, federalistas y centralistas, etc. Fue hasta el fin de la Revolución que la prensa mexicana se consolidó como negocio y modificó su carácter, de periodismo político combativo al de información "objetiva" y con matices de entretenimiento. Si bien el periodismo mexicano no se concentró todo en la capital de la República durante el siglo XIX y principios del XX, hay que tener en cuenta que mucho del contenido de las disputas ideológicas que se sostenían en las páginas escritas, o tenía como eje la disputa por el poder central, o la lucha entre un proyecto de nación centralista y otro "descentralista" (federalista). En ambos casos, el gran interlocutor no era toda la nación, o todo el pueblo, sino las élites ilustradas de las grandes ciudades, con la capital a la cabeza. De la Revolución a la fecha, la prensa ha crecido mucho en México y en particular en la provincia mexicana, aunque veremos más adelante que hay elementos de concentración y de control centralizado en diversas facetas de su operación. Los únicos periódicos de circulación "nacional" son varios de los editados en la ciudad de México, donde también se asientan las agencias noticiosas de carácter nacional. Desde luego, los representantes de las agencias internacionales de noticias que operan en México, se han ido estableciendo también en la capital. Asimismo veremos después que otros medios impresos como las revistas populares y los "comics", presentan un panorama extremadamente concentrado y centralizado, además de una presencia transnacional considerable.

CINE. El ahora llamado "séptimo arte" llegó a México durante el porfiriato, cuando con diferencia de meses arribaron en 1896 los enviados de los hermanos Lumière por

⁴ Véase Arredondo R. y Sánchez R. (1986) para una panorámica histórica del desarrollo de los medios en México. Consultese también Fernández C. (1982).

un lado, y de Thomas Alva Edison, por otro, a ofrecer la nueva "maravilla científica". Muy pronto el cinematógrafo fue descubierto como recurso ideológico. Venustiano Carranza impuso la primera legislación de censura al medio, y él mismo promovió la realización de películas silenciosas dramatizadas, con fines abiertamente políticos e ideológicos, como *Juan Soldado* y *La Banda del Automóvil Gris*. El despegue del cine como industria en el país ocurrió durante los treinta, a partir del enorme éxito comercial de *Allá en el Rancho Grande*. Es interesante notar que esta película, de éxito nacional e internacional, inauguró toda una era de cine apologético de la gran hacienda y del hacendado vestido de charro, en los tiempos de Lázaro Cárdenas, cuando el componente agrario de la Revolución llegaba a un punto culminante (García Riera, 1976; 1979). Cárdenas inició una política proteccionista y paternalista hacia el cine, que fue continuada por los posteriores gobiernos, hasta hace muy poco. La consolidación de la industria cinematográfica mexicana, y su época de oro, ocurrieron a partir de la Segunda Guerra Mundial, con apoyo inicial del gobierno norteamericano; pero para fines del decenio de 1950 comenzaba ya una gradual declinación del cine nacional (García Riera, 1976; 1979; Arredondo y Sánchez, 1986:69-92). Después de entrar la industria en crisis, tanto en lo económico como en lo estético, durante la década de los sesenta, el régimen de Luis Echeverría virtualmente "estatizó" desde la producción, la distribución y la exhibición cinematográficas, dándose así un caso agudo de concentración y centralización. Sin embargo, se reconoce que en términos estéticos y de contenido ésta fue una de las mejores épocas —si no la mejor— del cine mexicano (García Riera, 1976: 176-182; Arredondo, 1985). A partir de López Portillo, el gobierno mexicano dio marcha atrás en el proceso de estatización, por lo tanto liberalizando y privatizando la industria. Esto trajo una relativa menor concentración, aunque sin descentralización, especialmente en el plano de la producción: un cine hecho básicamente *en o desde* la ciudad de México.

RADIO. El Estado mexicano se puede contar entre los pioneros de la radiodifusión, tanto en la etapa experimental como por el hecho de haber establecido la estación de la Secretaría de Educación solamente un año después de haberse iniciado en 1923 la radio

comercial. Sin embargo el carácter predominante de la radio en México fue comercial debido, entre otras razones, a la influencia, tanto económica como cultural, del desarrollo de esta industria en Estados Unidos (Sánchez Ruiz, 1984). La consolidación del esquema comercial de radiodifusión ocurrió en México, como en Estados Unidos, durante los treinta, a partir del desarrollo de las grandes redes radiofónicas: Emilio Azcárraga V. estableció la XEW en 1930, en sociedad minoritaria con RCA. Con la XEW y XEQ, inaugurada en 1938, Azcárraga estableció las primeras grandes redes de radio, afiliadas respectivamente a las estadounidenses NBC y CBS. Estas redes llegaron a dar cuenta de la mitad de las estaciones en México a principios de los cuarenta, creciendo también a nivel latinoamericano. Por ejemplo, para 1947, la Cadena Tricolor de la XEW constituía un tercio de las estaciones de la Cadena Panamericana de la NBC (ibid.). Para fines de los cuarenta, Azcárraga gradualmente desinvirtió su capital de la radio, comenzando a prepararse para el advenimiento en México de la televisión. Esto propició una relativa descentralización y regionalización de la radiodifusión durante las décadas que siguieron, aunque veremos después que en la actualidad el control comercial del medio tiene todavía un alto grado de centralización (ibid. Arredondo y Sánchez, 1986: 93-104; 139-153).

TELEVISION. El esquema comercial-publicitario de la radio sentó un precedente básico para la subsiguiente emergencia de la televisión en México, en 1950. Para fines de los años cuarenta, el presidente Miguel Alemán contempló la alternativa entre el modelo europeo, tipo BBC de televisión, y el modelo norteamericano, basado en la publicidad. Hemos mostrado en otra parte (Sánchez Ruiz, 1983) que la decisión por el último era de todas formas la "más probable", porque las tendencias históricas favorecían el establecimiento de la televisión comercial en el país: la influencia económica, política y cultural de los Estados Unidos de la segunda postguerra, que hegemonizaba todo el mundo capitalista, sobre su vecino del sur; el crecimiento en México de la actividad publicitaria, con la participación directa de las agencias publicitarias estadounidenses en expansión, que a su vez seguían de cerca la expansión por Latinoamérica de las corporaciones transnaciona-

les; el proceso mismo de industrialización en el país, que impulsó la función publicitaria de los medios masivos. Incidentalmente, la primera concesión para explotar la televisión fue otorgada a un amigo cercano de Alemán, Rómulo O'Farrill, lo que, por otra parte, hizo aún "más probable" el nacimiento de la televisión como negocio en México. Un caso muy interesante de correlación entre biografía, estructura e historia. En 1952 había ya tres estaciones de televisión en la ciudad de México, incluyendo el Canal 2 de Emilio Azcárraga. Para el año siguiente, se reportaban cinco televisoras en operación y 29 en construcción. Siete de las concesiones de estas últimas eran de Emilio Azcárraga y 18 correspondían a Rómulo O'Farrill (ibid.). A pesar de que desde los primeros años se otorgaron permisos para operar estaciones de televisión en la provincia mexicana, su puesta en operación tardó porque aún no era económicamente factible producir programaciones locales, no existían recursos tecnológicos para operar "en cadena", y el *video tape* aún no existía. Fue a partir de los sesenta que ocurrió la expansión real de la televisión en México, bajo la hegemonía de Telesistema Mexicano, monopolio formado en 1955 por la unión de los tres canales del D.F. y las redes de repetidoras de dos de ellos. En 1968 surgen dos canales en la ciudad de México, uno de ellos del Grupo Monterrey (Televisión Independiente de México —TIM— con su red de repetidoras), con lo que se inaugura un corto período de competencia. Para 1972 y 1973 ocurren cambios importantes que determinan la estructura actual de la televisión mexicana: en 1972 el gobierno adquiere el Canal 13 de la ciudad de México, entrando así a la televisión *comercial*, y crea la red de Televisión Cultural de México (TCM, que después de algunas transformaciones desembocaría en la actual cadena del Canal 7); entre fines de ese año y principios del siguiente, se constituye Televisa (Televisión Vía Satélite, S.A.), con la unión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, del Grupo Monterrey. Este es el origen del actual duopolio de la televisión mexicana, y del más grande consorcio de medios en México y en el mundo de habla hispana.