

La prensa en México: Una aproximación*

RAYMUNDO RIVA PALACIO

I. A manera de introducción

Inamovible durante tres años, la prensa en México ha estado convulsionada en los últimos 12 meses. Nuevos proyectos han ido tomando forma y una serie de alianzas estratégicas se han estado conformando, sin soslayar un momento que la privatización de los medios de comunicación del Estado ha impreso una nueva dinámica a las relaciones de los medios para con los medios, y de los medios frente al gobierno.

La reestructuración de la economía mexicana, que ha traído consigo toda una serie de cambios estructurales en los patrones culturales, las relaciones laborales y la disponibilidad de recursos, ha tenido un importante impacto hacia el interior de los medios, que han entrado en un proceso de recomposición y reajuste para lo que, consideran, será una férrea competencia en los años venideros.

Al mismo tiempo, el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari ha emprendido una serie de medidas que, tendientes al control y a la mejor administración de su gasto en prensa y propaganda, ha comenzado a golpear en las economías de los medios de comunicación mexicanos, iniciando una etapa en que, para sobrevivir, los menos tendrán que realizar ajustes internos (laborales y en costos de producción), y los más, de cumplirse cabalmente las disposiciones gubernamentales, estarán destinados a morir.

Finalmente, pues, la institución de la prensa en México, que se había mantenido al margen de la gran reforma nacional, está sumergiéndose en ella, sin tener claro quiénes serán los ganadores, quiénes los perdedores, quiénes saldrán adelante, quiénes se quedarán en el camino, y si la dinámica iniciada traerá una nueva relación prensa-gobierno de manera natural o si ésta, dados los sacudimientos observados, se podrá acelerar aún más allá de los deseos de la misma prensa o el gobierno.

II. Un mal comienzo

Poco después de que Carlos Salinas de Gortari fuera nominado como candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en octubre de 1987, uno de sus principales consejeros de prensa aseguró eufórico que se introducirían una serie de cambios radicales en las relaciones prensa-gobierno. "Las vamos a limpiar", dijo el consejero. "Tendremos relaciones más claras y honestas con la prensa".

Sin embargo, al paso del tiempo nada cambió. Los consejeros políticos de Salinas consideraban que su candidatura había sido débil y si se intentaban realizar cambios en las relaciones con la prensa, se producirían tensiones que podrían ser aprovechadas por los enemigos de Salinas. "En el momento en que estemos en el poder, cambiaremos nuestra relación con la prensa", dijo un importante consejero político salinista.

La contienda electoral de 1988 fue sumamente reñida. Las divisiones del PRI ocasionaron problemas a un sistema político relativamente estable. Amplias denuncias contra el supuesto fraude todavía oscurecen esos comicios. Carlos Salinas de Gortari tomó posesión de su cargo el primero de diciembre de 1988, como uno de los presidentes más débiles en la historia al iniciar una nueva gestión. Pero una vez en el

poder, comenzó a sacudir al sistema político mexicano.

Intensificó la reforma económica iniciada por su antecesor, Miguel de la Madrid, y sus políticas de reforma afectaron prácticamente todo el sistema político mexicano. Las estructuras políticas y socioeconómicas fueron afectadas en diversos niveles. El gobierno salinista se enfrentó a los sindicatos, a los narcotraficantes, a los comerciantes, a los industriales, y a los evasores de impuestos.

La única institución que no resultó alterada en aquella embestida de los dos primeros años fue la prensa. Uno de los sindicatos que se mantuvo sin problemas en toda la recomposición sindical en el país fue la Unión de Voceadores de México, que tiene el control sobre la distribución directa de periódicos y revistas en la ciudad de México.

Una interpretación de tal actitud es que la prensa no ha jugado un papel importante en sus reformas económicas, pues si Salinas se hubiera embarcado en un cambio radical en la relación gobierno-prensa, sus enemigos hubieran encontrado quizás bases sólidas para atacarlo. Otra explicación posible es que los cambios radicales en tal relación sólo pudieran concebirse dentro de una reforma política profunda, que Salinas no estaba listo o dispuesto a hacer.

En todo caso, la prensa sirvió, y sirve hasta la fecha, para los fines del gobierno salinista. Prensa, radio y televisión, salvo excepciones, fueron mantenidas bajo un control que varía en relación con las formas de propiedad en la fuente original de los propios medios. Es decir, el control sobre radio y televisión es muy superior al que se puede ejercer sobre la prensa porque se manejan bajo el régimen de concesiones, donde el gobierno es el que las otorga en forma discrecional, lo que le da el mismo derecho de retirarlas o de no renovarlas(1) No es así con la prensa escrita, donde la legislación no le otorga ningún privilegio al gobierno por sobre ella.

De cualquier manera, Salinas tuvo que mantener a la prensa bajo control como un medio político para transmitir mensajes muy individualizados o sectoriales, sin importar que fuera a los "altamente informados o a los totalmente ignorantes, a los más poderosos o a los que carecen totalmente del poder, a los altamente involucrados o a los felizmente indiferentes", porque en la transición a una economía de mercado libre, la falta de consenso debilitaría las estructuras tradicionales del autoritarismo mexicano, que ya había desafiado los intereses grupales, descentralizado la toma de decisiones y erosionado la organización social corporativista.

En este sentido, el presidente Salinas ha requerido de la prensa para establecer una comunicación en dos vías: a nivel masivo, el gobierno ha empleado la radio y la televisión mediante un férreo control que, cuando comenzó a evaporarse, principalmente con la radio a fines de 1992 y principios de 1993, empleó la imposición y la amenaza sutil,(2) para comunicarse con las élites, el gobierno ha empicado a la prensa escrita, y particularmente las columnas políticas de los principales periódicos de la ciudad de México, en un fenómeno sociológico sin parangón.

III. Orientación de los medios

En América Latina se han dado diferentes formas de ejercer una sutil intervención y control por parte de los gobiernos sobre la prensa. Como señalan Salwen y Garrison, frecuentemente se emplea el ejemplo de México para ilustrar cómo un gobierno ha "institucionalizado" en forma legal el manejo de los medios de comunicación a través de una red sutil de intervención. Algunos académicos estadounidenses consideran que México es una nación que no se caracteriza por gozar de "libertad de prensa", o por censurar, sino por una estricta "orientación de los medios". Se ha dicho que México casi

ha institucionalizado la práctica de comprometer a los medios mediante el soborno indirecto, al inscribir a periodistas en la nómina del gobierno, al mantener el control del papel periódico y por usar su considerable poder sobre el sector económico para bloquear inserciones pagadas a los medios críticos.

Los periodistas mexicanos gozan de una libertad de prensa "relativa", sobre todo en los medios de comunicación impresos. Sin embargo, dista de estar en un nivel deseable. Inclusive, hasta 1980 la falta de libertad de prensa ubicó a México al lado de países como Bangladesh, Kuwait y Mónaco.

El control del gobierno mexicano sobre la prensa es muy sofisticado, dentro del marco de un sistema político muy particular que ha durado más de 60 años.

"México no es una dictadura", dice el veterano articulista Miguel Ángel Granados Chapa. "Y sin embargo, es más fácil luchar por la democracia en contra de un brutal dictador, porque en ese caso está claro lo que hay que hacer. Desde luego, ¿cómo lucha uno por la democracia cuando su país ya es ostensiblemente democrático?". De esta forma, Granados Chapa define la parte medular del debate acerca de la relación prensa-gobierno en México, llena de mitos y realidades, verdades y mentiras a medias.

Se ha creído por mucho tiempo que el gobierno mexicano controla la prensa a través de la venta de papel periódico por parte de una empresa paraestatal; que impone la censura directa sobre la prensa; y que ejerce un poder arrollador para suprimir o promover la noticia u opinión que quiera. Esas tres proposiciones han sido planteadas por los mismos extranjeros y sectores académicos que estudian la prensa mexicana. Aunque esas afirmaciones no son falsas, tampoco reflejan con precisión lo que es la amplia y compleja red de relaciones entre funcionarios gubernamentales, editores, directores y periodistas. O sea, no contempla el intrincado tejido de compromisos, gratificaciones y favores en que la prensa mexicana trabaja diariamente, un sistema muy difícil de penetrar, muy difícil de deshacer y muy difícil de romper.

La Constitución mexicana protege la libertad de expresión y esa libertad es ampliamente respetada en México: se puede hablar libremente sin temor a ser encarcelado. Es posible criticar a funcionarios e instituciones gubernamentales, con tal de que no se les insulte, se viole la ley ni se altere el orden civil.

Desde luego, eso no quiere decir que los mexicanos gocen de una prensa libre o siquiera de libertad de expresión. De muchas maneras, la cuestión de libertad de prensa en México es compleja. No hay censores en la prensa mexicana; sin embargo, existe la censura. El mecanismo generalmente empleado para suprimir el pensamiento no es la censura gubernamental, sino el gran padecimiento de la autocensura.

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

IV. Pocos ejemplares, grandes negocios

La prensa del Distrito Federal, por ubicarse en un punto, exhibe una característica intrigante. Por raro que suene, aunque su tiraje sea reducido, la prensa como empresa es un gran negocio. Veamos, por ejemplo, el caso de un periódico de la ciudad de México, con un tiraje de 5 mil ejemplares en 1989 y que obtuvo ganancias por un millón de dólares en el primer trimestre de 1989. ¿Cómo es posible? ¿Cómo puede ser que ese periódico que se dice "nacional" y que cuenta con más de 250 empleados, sea una

operación rentable?

Aquel periódico es uno de los casi 250 que circulan en todo México que reciben la mayor parte de sus ingresos por medio de inserciones pagadas a cuenta del gobierno, que figura como el más grande anunciante en México. El gobierno y muchos políticos mexicanos compran espacios -en forma de gacetillas- para publicitarse, reproducir discursos, o promover sus acciones. Desde luego, los periódicos nunca avisan a sus lectores de que lo que leen es propaganda pagada. Tal vez los lectores creen que están leyendo noticias cuando, de hecho, no lo son. El gobierno, los políticos, y un creciente número de empresas y comerciantes pagan a los periódicos para que publiquen su propaganda o publicidad bajo el disfraz de información noticiosa. Así, los políticos del régimen pueden comprar casi todo lo que quieren.

El mecanismo es de tan grandes proporciones que, incluso, los periódicos venden espacio en la portada. En la jerga periodística este espacio se llama "cien líneas ágatas" (una medida tipográfica), lo que quiere decir que venden dos párrafos, más el encabezado y los subtítulos. El costo promedio para un espacio así se calcula en no menos de 30 mil dólares. Los desplegados son más caros que los anuncios comerciales, y si se contratan a última hora, pueden costar hasta un 90 por ciento más.

Los lectores mexicanos constantemente son engañados con esa práctica. Es normal que se lea en un periódico capitalino que el gobernador retirado de un estado norteño inauguró una escuela primaria; o que el gobernador de otro estado envió al presidente de la república un saludo en ocasión de la visita al extranjero de este último; o que un importante funcionario presentó un discurso ante una organización hasta ese momento desconocida; o que la esposa de un miembro del gabinete inició la campaña anual de la Cruz Roja.

Algunos periódicos identifican las gacetillas mediante otra forma de letra, diferente que la usada en artículos noticiosos normales, o con itálicas. Otros medios solían publicar las letras "I.P." (inserción pagada) al pie de la nota para avisar a sus lectores del tipo de material frente a sus ojos. Sin embargo, esta práctica se terminó en 1976, cuando los que contrataban los desplegados comenzaron a pagar al periódico una cantidad adicional para que no colocara la mencionada etiqueta. Hoy en día, en la ciudad de México sólo el periódico El Financiero identifica cuando una información es en realidad propaganda. Un escaso número de periódicos en el resto del país hace lo mismo.

Esta práctica ha propiciado la confusión en innumerables ocasiones, y un lector cuidadoso encuentra fácilmente las contradicciones en la misma página del mismo periódico, como por ejemplo en el siguiente caso tomado de La Jornada el 27 de julio de 1991, un día después de que estalló la violencia en la Cámara de Diputados en Guerrero. El reportaje, escrito por su corresponsal, José Manuel Benítez, describió el suceso de la siguiente manera:

"Mientras habló el alcalde de Peta-tlán, Francisco Chavarría Valdeolivar ante el Congreso local para contestar acusaciones de transferencia ilícita de fondos y el uso de recursos y equipo del gobierno para uso propio, los diputados del PRI insultaron a la oposición y la policía desalojó a los diputados electos de la oposición con lujo de fuerza".

La versión oficial del suceso, que salió publicada justo al lado de ese texto, estableció lo siguiente:

"El alcalde de Petatlán, Francisco Chavarría Valdeolivar, habló ante el Congreso local, aunque los diputados de la oposición no pudieron comprobar ninguna de las acusaciones de las cuales lo culpan.

"Mientras hablaba Chavarría Valdeolivar, el diputado del PRD, Félix Salgado

Macedonio, insultaba al orador y miembros del Congreso para que boicotearan la sesión. El orador pidió tres veces que cesara la agresión para poder seguir adelante con la sesión".

Esos ejemplos no son la excepción sino la regla en un ambiente en el cual la prensa no juega un papel de servicio a los lectores. La razón por la cual el gobierno utiliza muy frecuentemente esta práctica radica en la necesidad de crear realidades políticas y desdibujar la realidad cotidiana, de emplear la propaganda no sólo como una forma de manipulación, sino con el propósito de crear una respuesta de aquellas personas que reciben ese compacto informativo.

La mayoría de la prensa en México inculca al público contra la realidad, creando una especie de cordón sanitario entre la realidad y la ficción. Por su parte, el gobierno mexicano ha hecho un uso indiscriminado de recursos federales para esos propósitos, imposibles de empatar por las fuerzas políticas de oposición que resultan afectadas por la propaganda diseminada.

Si el gobierno retirara sus anuncios a los periódicos y revistas, la mayoría podría dejar de existir, al no tener suficiente circulación ni publicidad privada que los pudiera mantener. Según cifras de circulación divulgadas en el directorio de medios mexicanos en 1990, el tiraje diario combinado de los 25 periódicos capitalinos fue de 2 millones 916 mil 625 ejemplares. El periodista e investigador Raúl Trejo Delarbre informó en 1990 en un suplemento de la revista Nexos que la verdadera cifra fue de 731 mil. Las dos cifras incluyen periódicos deportivos y los dedicados al escándalo sexual que conforman casi la mitad de los tirajes en cada encuesta.

De acuerdo con las cifras de Trejo Delarbre, los nueve periódicos principales de la ciudad de México, medidos empíricamente por su antigüedad e impacto, tienen un tiraje combinado de 274 mil ejemplares, 4 mil ejemplares menos que los que imprime diariamente el San José Mercury News, de California, que es el trigésimo sexto periódico más importante de Estados Unidos en términos de circulación. Una relación adicional que maneja confidencialmente el gobierno mexicano, ubica el tiraje combinado de esos nueve medios en 550 mil 315 ejemplares, que serían 12 mil menos que el San Francisco Chronicle, ubicado en el lugar nueve de Estados Unidos en términos de circulación.

En México siempre se dan disputas y polémicas con respecto a los tirajes de circulación, dado que no existen auditorías oficiales que den cifras confiables. De la misma manera que se carece de una metodología para medir circulación y penetración, las agencias de publicidad tampoco ejercen gran presión sobre los medios para proporcionar cifras verdaderas sobre su tiraje y distribución. El resultado final es que, con esos tirajes, los periódicos mexicanos realmente no forman opinión pública, pero ayudan al gobierno a formar opinión política.

Esa función asignada y aceptada por ambas partes explica el porqué la mayoría de los periódicos no depende de los anunciantes privados. Pero, claro, en el transcurso de este proceso, los periódicos y periodistas son altamente susceptibles a caer en un juego por parte del gobierno donde privan la coerción y el chantaje políticos.

Los funcionarios pueden amenazar con retirar gacetillas y desplegados si el periódico o el periodista se niegan a publicar lo que ellos quieran que se difunda o, más común, si se niegan a suprimir lo que desean. El presidente José López Portillo puso fin a las inserciones pagadas del gobierno en las revistas Proceso y Crítica Política, que censuraban sus políticas a principios de los ochenta. Proceso logró sobrevivir mediante los ingresos por concepto de anuncios comerciales, pero Crítica Política dejó de aparecer. El presidente Miguel de la Madrid retiró todas las inserciones pagadas del gobierno al periódico El Financiero porque los funcionarios no estaban a gusto con la

forma como cubría las negociaciones sobre la deuda externa. El presidente Salinas siguió la pauta y además no autorizó que reporteros de ese diario viajaran con él en sus giras, con una sola excepción en octubre de 1989. El Financiero siguió sosteniéndose por la venta de anuncios al sector privado y a fines de 1992, cuando la Presidencia de la República inició la práctica de que en viajes internacionales los medios pagarían sus costos de hospedaje, alimentación y transporte, reanudó la cobertura de aquellas giras que más le interesaron.

* Primera parte

Ley Federal de Radio y Televisión

Muestra de ello es la salida, en otoño de 1991, del conductor José Cárdenas del noticiario Enfoque Financiero, de Stéreo Cien, como también lo fue el despido del comentarista Jorge Castañeda de Radio Red (1992), y su reciente alejamiento de Enfoque Financiero