

# 1970~1976, un sexenio de comunicación

miguel ángel  
granados chapa

mexicano, periodista, colaborador  
de unomásuno

El examen de la comunicación colectiva en México durante el período presidencial 1970—1976 supone, primero, una presentación de los

hechos más significativos ocurridos en ese lapso, así como la evaluación de la relevancia de tales hechos respecto del propio subsistema al que corresponde y del sistema político y social en general. Puesto que se trata de referir el desarrollo que los medios de comunicación han tenido durante un período de ejercicio del Poder Ejecutivo, resulta inevitable que el examen que nos proponemos practicar se refiera tanto a las acciones políticas, legislativas y administrativas que el Estado emprendió a este respecto, como a los acontecimientos producidos en el campo mismo de los instrumentos de la comunicación social.

Fue evidente, aun desde antes de que iniciara formalmente sus actividades el primero de diciembre de 1970, que la administración Echeverría se proponía dar una especial atención a la comunicación colectiva. La designación de funcionarios que durante la campaña presidencial 1969—1970 se ocuparan de construir cuidadosamente la imagen del candidato, a partir de modernas técnicas de comunicación, resultaría una medida inicial prolongada más tarde en diversas medidas destinadas a modernizar y fortalecer la capacidad de comunicación del Estado, así como a influir en el hacer de los medios.

Al constituirse el nuevo gobierno, sobresalió la integración de dos 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.

Esta política, sin embargo, nunca fue explícita, si bien se traslucía que uno de sus propósitos fundamentales era el de enraizar en el ánimo público la convicción de que el nuevo gobierno emprendería caminos no recorridos hasta entonces, sobre todo en la relación con los ciudadanos, que se fincaba en una actitud a la que se llamó “la apertura” en una obvia y denunciatoria referencia a la clausura de los nexos entre gobernantes y gobernados que se había hecho patente en el sexenio anterior. “Apertura” fue así, más que nada, un producto de la retórica gubernamental aunque no dejara de adquirir substancia en algunos aspectos del comportamiento público del sector participante.

La producción legislativa —en sentido material— en torno de la comunicación colectiva fue precedida por escauceos políticos que no derivaron en una modificación sustantiva de la práctica de la información pública en México. En efecto, en 1972 los cuatro secretarios de estado a quienes la ley responsabilizaba de la vigilancia de la radio y televisión —Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Salubridad y Asistencia y Educación Pública—, así como una gran cantidad de otros funcionarios

de rango menor, formularon severas críticas, no exentas por supuesto de lugares comunes, al manejo de la televisión comercial. A partir de tales tomas de posición, a las que no fue ajeno el propio Presidente de la República, se tejió toda una campaña que parecía destinada, por lo menos, a una radical reforma legislativa que obligara a la radiodifusión privada al cumplimiento estricto de su responsabilidad social.

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.

Sus principales efectos fueron, por una parte, consagrar el abuso de tiempo publicitario respecto del destinado a programación, practicado de tiempo atrás por los concesionarios; y por otro lado 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.

La consecuencia principalmente deseada era, evidentemente, la primera, puesto que durante 18 meses no adquirió eficacia práctica la segunda. No fue sino después de que, en su informe del primero de septiembre de 1974, el Presidente de la República enderezó una severa requisitoria contra algunos programas de televisión, que la Secretaría de Gobernación usó las facultades de que la había investido el nuevo reglamento. En octubre de ese año esta dependencia suspendió la difusión de 37 series de televisión, en una medida de efectos más aparentes que reales, puesto que más de la mitad de tales series no estaban siendo transmitidas ya en el momento de la suspensión.

En aquel año de 1973 se promulgaron dos leyes que hacen referencia marginal a la comunicación colectiva. De una parte, la Ley Federal Electoral, de 5 de enero de 1973, incluyó una novedosa disposición consistente en proporcionar a los partidos políticos nacionales registrados, ocasión de transmitir sus tesis y sus programas dentro del tiempo que el Estado dispone como consecuencia del pago en especie de un impuesto especial fijado en 1968 y que al año siguiente los concesionarios consiguieron que se cubriera no en efectivo sino entregando al Estado la octava parte del espacio de transmisión de cada emisora de tele-

visión o de radio.

De otro lado, el Código Sanitario de los Estados Unidos Mexicanos, de 13 de marzo de 1973, revitalizó la base legal para que el Estado mexicano regulara la publicidad de algunos productos mercantiles. A partir de este Código fue posible dictar, en diciembre de 1974, un Reglamento de Publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos. Este ordenamiento tuvo la virtud de reunir y hacer coherentes disposiciones anteriores sobre esa materia, algunas de las cuales databan de 30 años atrás. Sin embargo, en prolongación de una insistente tendencia a ampliar las prerrogativas de los concesionarios de radio y televisión, los relevó, por ejemplo, de la obligación de contrarrestar los efectos de la publicidad de vinos y licores con mensajes antialcohólicos, y atribuyó este deber al propio Estado, que para ello ha de emplear parte del propio tiempo fiscal que le corresponde.

También en el ámbito de la regulación estatal de los medios, la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Educación Pública declaró ilícitas 136 publicaciones, entre el 2 de febrero de 1971 y el 30 de septiembre de 1975. En el mismo período la propia Comisión pidió a la Dirección General de Correos que no permitiera la circulación postal de 12 publicaciones más. Estas acciones se inscribieron en el marco de una actitud general contraria a la pornografía que, en más de una ocasión, adquirió tonos de virulencia a partir de posiciones verbales que no siempre encontraron correspondencia con los hechos.

Si no fue escasa la actividad del Estado como regulador de los medios, menos lo fue como participante en el uso de la comunicación colectiva a través de sus propios órganos. Como ha quedado dicho, al inaugurar sus funciones la administración Echeverría creó una segunda subsecretaría de la Presidencia, encargada principalmente de la relación del poder ejecutivo con los medios de la comunicación y de instrumentar la propia difusión de las actividades presidenciales; y una subsecretaría de Radiodifusión, en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a la que en julio de 1973 encargaría formalmente de atender las funciones que en materia de radio y televisión se asignan en diversos ordenamientos jurídicos a la SCT.

De esta última dependencia surgió el organismo denominado Televisión Cultural de México, a partir del decreto de 2 de mayo de 1972 sobre televisión rural. Este organismo difunde, en áreas donde normalmente no llega la televisión comercial, algunos programas de ésta, así

como otros producidos por el propio Estado con ese propósito específico, y también un tercer grupo de programas originados en los canales 11 y 13 del Distrito Federal, operados por organismos estatales. La propensión a favorecer a los concesionarios que ya hemos señalado, se advierte de nuevo en este punto que los programas de la televisión mercantil se difunden incluyendo la publicidad que los acompaña, con lo que la penetración de los avisos comerciales se acrecienta en beneficio de los radiodifusores, sin que tengan que invertir éstos cantidades adicionales para el logro de ese propósito.

En 1972, por medio de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, el Gobierno adquirió la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V., que desde 4 años antes era concesionaria del canal 13. Según Jorge Alberto Lozoya, con la adquisición del Canal 13 el Estado se proponía, frente a los estragos de la televisión comercial, consolidada ya para entonces en monopolios, "revertir el proceso de desorientación colectiva: la problemática individual es incomprensible sin el conocimiento del contexto social que la genera o fomenta; la obra comunal es superior éticamente a la compulsión personal por adquirir satisfactores económicos; cultura es una concepción global, y racional, del universo; informar es inscribir los nuevos hechos en un marco de referencia sociopolítico; modernidad no es equivalente a imperialismo y consumo suntuario".

El 18 de noviembre de 1975, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes entregó en depósito al Canal 13 ocho estaciones locales en la región noroeste de México. Estas emisoras servían hasta ese momento al monopolio de la televisión comercial, puesto que el grupo que las representaba, Telecadena Mexicana, había sido ya absorbida, de hecho, por Televisa, en un proceso de concentración al que nos referimos más adelante.

Con esta medida, se afectó realmente el poder de difusión del monopolio mercantil, al mismo tiempo que se reforzó la capacidad transmisora del canal gubernamental, que al ser adquirido por el Estado cubría solamente el 70% de la zona metropolitana. Con la incorporación de estos canales, el Canal 13 aceleró la integración de su red nacional que debería estar completa a fines de 1976.

En el mismo ámbito de la difusión electrónica, el Estado mexicano creó en 1974 la empresa Satélite—Latinoamericano, S. A. (SATELAT), con el propósito de administrar el tiempo de satélite de transmisión contratado previamente por el gobierno. Aquí, otra vez, con terquedad

impuesta por la propia terquedad de los hechos, es preciso insistir en la cesión constante del Estado ante el monopolio de la televisión comercial, pues se entregó a éste la porción de hecho mayoritaria de las acciones de este organismo paraestatal.

En 1975, el Gobierno Federal dio origen a una empresa pública denominada Central de Comunicación, S. A. de C. V., diseñada en su comienzo para manejar la publicidad del creciente sector público de la economía mexicana. Al menos así lo supuso la iniciativa privada que reaccionó severamente contra este proyecto gubernamental y consiguió que dicha empresa se limitara a asesorar y asistir técnicamente a las organizaciones del sector paraestatal en materia de difusión y publicidad.

En el campo de las publicaciones impresas, el Gobierno Federal hizo una efímera incursión durante este sexenio. También a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial adquirió en 1972, las acciones de las diversas empresas conocidas globalmente como Organización Periodística García Valseca, compuesta por tres diarios en la ciudad de México y 37 más en el interior de la República. Inopinadamente, contrariando una política ratificada en 1973 por el propio Presidente de la República, según la cual las empresas del Estado no están a la venta, este importante consorcio periodístico fue adquirido en abril de 1976 por un grupo privado a cuya cabeza aparece Juan Francisco Ealy Ortiz, que a su vez ya aparecía como Presidente y Director General de la Cía. Periodística Nacional, S. A., editora de *El Universal*, el diario más antiguo de la ciudad de México.

El 75% de las acciones, sin embargo, aparecen asignadas a Mario Vázquez Raña, importante empresario mueblero y al mismo tiempo funcionario público por cuanto era director del Instituto Nacional del Deporte. Recogiendo un rumor insistente, el editor de la revista *Negocios y Bancos*, Alfredo Farrugia Reed, dirigió por medio de su publicación un comunicado al Presidente de la República en que se hacía eco de la versión según la cual el titular del Poder Ejecutivo era el verdadero adquiriente de la Organización García Valseca. Conviene hacer notar que en el último lapso en que este consorcio perteneció al Gobierno ocuparon los dos cargos de mayor responsabilidad exfuncionarios de la Subsecretaría de la Presidencia.

Aunque formular aseveraciones sobre el contenido de la comunicación gubernamental requeriría la realización de estudios sistemáticos que no se han producido, puede asegurarse que la naturaleza de los mensajes

promovidos formal e informalmente por los responsables últimos de la difusión oficial se inscriben en dos etapas bien determinadas. La primera de ellas, correspondiente a los primeros años del sexenio, buscaba subrayar la gravedad de la situación nacional hasta incurrir en lo que dio en llamarse "catastrofismo", esto es, una visión pesimista del presente y el porvenir del país. La segunda fase de la retórica gubernamental, implicando que tal cambio se debía a la acción del presente Gobierno, insistió en los logros del régimen, cotejando diversos aspectos de la realidad existente en 1970 con la prevaleciente en 1975 y 1976, en un típico ejercicio de autorregodeo, como el que en la década de los cincuenta y la primera mitad de los sesenta hicieron suponer a los mexicanos que vivíamos en el mejor de los mundos posibles.

Por otro lado, la difusión gubernamental se propuso insistir, como ya expresamos, en la apertura del sistema político a la disidencia y a la crítica. Sin embargo, en un doble juego que no es posible ocultar, aunque tampoco pueda documentarse, fue evidente el patrocinio gubernamental a campañas de terrorismo verbal dirigidas contra quienes buscaban el ejercicio de sus derechos de libre opinión y libre examen. A menudo, inserciones periodísticas pagadas ostensiblemente o veladamente con dinero público, sirvieron para atacar con ferocidad a los críticos del sistema político y de sus principales personeros con objeto de disminuir su credibilidad pública. En este mismo marco de actitudes debe anotarse alguna expresión desdeñosa del propio titular del Ejecutivo contra los medios de comunicación dispuestos a ejercer la crítica, por ejemplo durante la conferencia de prensa que en agosto de 1975 dio en La Habana el Presidente de México, en compañía del primer ministro cubano, comandante Fidel Castro.

En este último campo también debe hacerse notar la denuncia pública formulada por los editores de la revista *Por qué?*, de hecho clausurada en noviembre de 1974, sin que se produjera nunca respuesta gubernamental ante dicha acusación, por más que se buscara involucrar a editores, colaboradores y hasta antiguos trabajadores de esa publicación con movimientos guerrilleros.

Por lo que concierne a los medios mismos, hasta mayo de 1976, no se suscitaron hechos tan relevantes que modificaran la estructura del subsistema mexicano de comunicación colectiva. Como excepción de esa regla debe hacerse notar el boicot de anunciantes contra el periódico *Excelsior*, ocurrido en 1972. Entre agosto y diciembre de ese año, los principales clientes de publicidad de ese diario retiraron de él sus

avisos. Sin decirlo nunca de manera formal, quienes coordinaron esta acción expresaron su deseo de modificar la política informativa y editorial de ese diario, al que acusaron de "radical de izquierda", todo por que se propuso, de una parte, dar cabida a las crecientes expresiones de inquietud popular y, por otro lado, llamar al ejercicio de sus responsabilidades tanto al gobierno como a los empresarios privados, a quienes recordaba frecuentemente que constitufan el sector más privilegiado del desarrollo estabilizador.

La televisión mercantil, por su parte, concluyó en este periodo un proceso que hundía sus raíces en fecha tan lejana como 1955, cuando se constituyó Telesistema Mexicano, S. A., como primera fase de un proceso de concentración de capital en ese campo. Con la creación de Televisoras de Provincia, S. A., los propietarios de Telesistema se adueñaron prácticamente de toda la difusión televisada en el país. Quedaba sólo Televisión Independiente de México, S. A., perteneciente al poderoso grupo Monterrey como única empresa competidora, cuya fuerza crecía en 1968 cuando recibió en concesión el Canal 8 capitalino. Después de un breve período de contienda comercial, ambos grupos convinieron en fundirse y crearon en 1972 Televisa, que poco tiempo después, según quedó anotado, absorbió a Telecadena Mexicana para consolidar su imperio en la difusión electrónica.

El contenido de las transmisiones de la televisión ha sido criticado severamente por una diversidad de estudiosos, entre los que sobresale Raúl Cremoux. A sus puntos de vista, frecuentemente expresados en libros y en el diario *Excélsior*, nos remitimos en este particular. Sin embargo hay que hablar de un fenómeno de singular interés que se viene observando en el ámbito informativo de la televisión comercial y de las empresas radiofónicas que le son afines. Este fenómeno consiste en la pérdida de una neutralidad, siempre más aparente que real, que el monopolio de la televisión y del radio se cuidaba de observar en lo que toca a sus posiciones ante el gobierno. Desde 1975, Televisa y algunas estaciones de radio, principalmente Radio Red (cabeza de una vasta cadena denominada Radio Programas de México), han dado prominente lugar a comentaristas que, inteligentes o energúmenos, pero todos descalificados moralmente, han dado a esos medios una militancia política abierta, oponiéndose a algunas medidas de carácter progresista que el afán populista gubernamental le obliga a tomar.

En diversos momentos, singularmente en 1971, 1972 y 1976, se advirtió lo que pudo llamarse, sin duda equivocadamente, "la guerra de

los medios" significada sobre todo en el enfrentamiento entre Televisa y los diarios de la cooperativa Excélsior. A las frecuentes críticas de la televisión comercial contra el estilo periodístico de *Excélsior* se añadían la generalidad de los otros diarios capitalinos. Sus ataques, por lo demás, se veían reforzados por la difusión de cartas anónimas, la publicación regular de un boletín quincenal titulado *Las malévolas noticias de Excélsior*, firmado con el seudónimo de José Luis Franco Guerrero; y hasta por la aparición de libros enteros, editados clandestinamente pero con orígenes fácilmente presumibles, como los que se llamaron *El Excélsior de Scherer* y *Danny, el sobrino del Tío Sam* (referidos a Julio Scherer García y Daniel Cosío Villegas, Director General y colaborador eminente de *Excélsior*, respectivamente).

El gremialismo tanto de los editores como de los periodistas registró acontecimientos que es conveniente recoger. Al comienzo del sexenio se constituyó la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana, A.C., dirigida por los propietarios de la prensa mercantil capitalina, y cuya única aparente razón de ser ha sido la organización anual de la comida del 7 de junio, llamado Día de la Libertad de Prensa. Los periodistas, a su vez, buscaron nuevos rumbos en su organización gremial. Como reflejo dócil de la actitud del Presidente de la República hacia su colega venezolano y hacia el Gobierno de Cuba, el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa se vinculó a las asociaciones de periodistas de esos países y, junto con los de Perú, principalmente, promovió la creación de una Federación Latinoamericana de Periodistas, que surgiría en junio de 1976. A su vez, se constituyó la Unión de Periodistas Democráticos, en abril de 1975, formada por quienes a sí mismos se dieron esa calificación y buscaban ejercer un periodismo acorde con esa designación, sobre todo en las páginas editoriales y culturales de diarios y revistas, como colaboradores externos.

En este recuento sexenal sobre la comunicación colectiva, la actividad cinematográfica requiere un capítulo especial. Durante este período del Estado dio pasos administrativos muy relevantes para consolidar su presencia en un medio en el que desde tiempo atrás ejerce una intensa actividad regulatoria y participativa.

Organismos públicos manejan, si no totalmente, sí de manera relevante, el financiamiento, la producción, la distribución y la exhibición cinematográficas. El ya existente Banco Nacional Cinematográfico, S. A., consolidó su sistema mediante la integración de tres productoras gubernamentales: Corporación Nacional Cinematográfica, S. A. (CONA-

CINE), Corporación Nacional Cinematográfica Trabajadores y Estado, S. A. de C. V., (CONACINTE I) y una tercera empresa de igual nombre que la anterior conocida como CONACITE II. Las dos últimas se organizaron después de que, en mayo de 1975, el Presidente formuló reproches a los productores privados que, como consecuencia de tal reprimenda, quedaron excluidos de la industria, porque no se les otorgaron más créditos oficiales. Los particulares se refugiaron en estudios fílmicos establecidos en territorio norteamericano, contiguos a la frontera con México, y siguieron produciendo el mismo género de películas destinadas únicamente a ganar dinero.

Como consecuencia del reproche mencionado, el Banco Nacional Cinematográfico, S. A., formuló un plan mínimo de ejecución inmediata, en el propio mayo de 1975, que consta de las siguientes medidas, varias de las cuales no se habían concretado un año después:

Se adquirieron los estudios América hasta entonces de propiedad particular. En esas instalaciones operó fundamentalmente la Empresa Conacite II, formada con los miembros de la sección 49 del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC), mientras que se reservó la actividad de los Estudios Churubusco para las Empresas CONACINE y CONACITE I, en la que participan los miembros del Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica (STPC). En el área de distribución, el Banco adquirió la totalidad de las acciones de la compañía Películas Nacionales, S. de R. L. de I.P. y C.V., de las que hasta entonces poseía sólo el 150/o. Igualmente se fusionaron las dos distribuidoras, propiedad del Gobierno, especializadas en los mercados del exterior. Una era Cinematográfica Mexicana, S. A. (CIMEX), que distribuía en los Estados Unidos, Europa y Asia, y la otra era Películas Mexicanas (PELMEX), encargada de cubrir los mercados de España, Centro y Sudamérica.

El plan mínimo de ejecución inmediata no lo fue tanto en cuanto a la realización del programa "películas extraordinarias". Un año después de formulado, el programa no había producido ningún logro. De todas maneras, como ilustración de los propósitos que se fijó el plan mencionado, vale la pena reproducir la lista de los proyectos cinematográficos contemplados en tal programa:

*Los de Abajo*, de Mariano Azuela, guión de Emilio Fernández; *Bajo el volcán*, de Malcolm Lowry; *El apando*, de José Revueltas, guión del mismo autor y de José Agustín; *El llano en llamas*, de Juan Rulfo; *Bohío*, coproducción con Venezuela; *Eréndira*, basada en un guión de

Gabriel García Márquez, coproducción con Venezuela; *Siqueiros*, guión de Gonzalo Martínez; *Rivera*; *Tamayo*; *La Conquista de México*; *Longitud de guerra*, guión de Gonzalo Martínez; *Los albañiles*, guión de Vicente Leñero; *Los hijos de Sánchez*, guión de Oscar Lewis, coproducción con Estados Unidos; *Fox Trot*, coproducción con Inglaterra y otras en estudio, como coproducciones con Argelia, Senegal y Polonia etc.

Por último, fuera del plan mínimo, hay que anotar la creación de dos centros, de capacitación cinematográfica uno, y de producción de cortometraje otro, así como la entrada en operación de la Cineteca Nacional, dependiente de la Dirección General de Cinematografía. De ese modo, el Estado controla todas las etapas de la actividad cinematográfica: el financiamiento, a través del banco; la producción, por medio de las tres empresas productoras y los únicos dos estudios que funcionan en la capital, así como el Centro de Cortometraje; la distribución, sirviéndose de Películas Nacionales y Películas Mexicanas; la promoción a través de la Productora Cinematográfica Mexicana, S. A.; y la exhibición, que realiza la Compañía Operadora de Teatros, S. A., si bien en este campo queda todavía amplio lugar para la actividad de los particulares.