

El perfil de los medios de difusión masiva en México

REGINA JIMÉNEZ-OTTALENGO

0. INTRODUCCIÓN

En esta comunicación, pretendemos describir algunos rasgos característicos de los grandes difusores del país: prensa, radio, televisión y cine, que en buena parte son un reflejo de lo que sucede en el país y a su vez son instrumentos eficaces para mantener la situación imperante.

México es una nación dependiente, con una democracia de "compromiso"¹, en donde los factores de poder reales en lo interno, se concentran en el poder público (gobierno presidencialista) y el poder privado (financieros y empresarios); donde no existen prácticamente partidos de oposición.

Un país en vías de desarrollo en que prevalece una economía mixta dependiente, en donde junto al capital privado nacional y extranjero, existe la inversión estatal, una nación con marcadas desigualdades sociales donde coexisten grupos que todo lo tienen —los menos— con grupos de desposeídos —los más— y en donde en unos cuantos núcleos urbanos se centraliza el crecimiento económico y cultural.

Factores Políticos. En México, el poder Ejecutivo es prácticamente omnipotente con respecto a los otros dos poderes de la democracia clásica: el poder Legislativo y el poder Judicial, tanto el Legislativo como el Judicial sólo sirven para afianzar la política del Ejecutivo. El poder Legislativo nunca se opone al Ejecutivo, tan es así, que los proyectos de Ley que éste envía a las Cámaras, son aprobados todos, por unanimidad de votos o cuando menos por mayoría.²

Mientras que el poder Judicial, si bien a veces dictamina en contra de algunas medidas del Presidente o sus colaboradores, lo hace en forma tal que solo sirve de "hecho para darle mayor estabilidad"³ al poder Ejecutivo.

Puede decirse que en lo interno, existen otros factores reales de poder que hacen contrapeso. Uno de ellos, el de más fuerza manifiesta es el poder privado representado por los financieros y empresarios nacionales

y más concretamente con sus agrupaciones y dirigentes. La fuerza de sus agrupaciones es tal que por ley son órganos de consulta del Estado y por sistema, hacen declaraciones y críticas públicas y severas acerca de las decisiones y las declaraciones del ejecutivo.

Este sistema del poder se refleja en cada uno de los medios de difusión colectiva como más adelante veremos.

Otro factor que matiza el sistema de los medios en el país, es el hecho de que no existen prácticamente partidos de oposición, que el juego político se hace a través de un solo partido de donde salen casi todos los representantes de elección popular. Ese partido es el Partido Revolucionario Institucional, el resto: Acción Nacional, Popular Socialista y Auténtico de la Revolución Mexicana, carecen de fuerza económica y política como para imponer sus candidatos. Subsisten en buena parte financiados por el gobierno para que realicen el juego político en donde su participación se paga con el nombramiento de algunos diputados de partido dentro del Congreso.

En este modelo de "democracia de compromiso", el partido oficial cuenta con tres sectores que mantienen el apoyo popular: el obrero (CTM), organizaciones populares (CNOP) y el campesino (CNC), estos sectores junto con el gobierno en turno y algunos otros grupos de presión menos localizables, realizan de hecho, la elección para el cambio de dirigentes. Este factor, de carencia de partidos políticos reales, le da un tenor especial a los medios de difusión en donde no existen éstos como elementos de orientación política, sin una ideología manifiesta, sólo sirven como sostenedores del *statu quo*.

Estos dos factores políticos: polarización de grupos de poder real y carencia de partidos políticos auténticos, le dan un matiz especial a los medios de difusión. Por un lado el análisis de éstos nos lleva a conocer que son un reflejo de esa polarización, donde ambos poderes realizan un determinado tipo de control para mantener un nivel de información que permite sostener el *status*, y por otro lado la carencia de partidos políticos da como resultante unos medios de difusión sin una ideología manifiesta definida y clara.

Factores Económicos. México es un país de economía capitalista dependiente, que a raíz de la Revolución de 1910 generó un gobierno que para poder subsistir se convirtió en empresario. Estado empresario que controla parte de la producción y distribución de energía, que participa en la industria del hierro y acero, en los fertilizantes, en la industria tabacalera, en teléfonos y demás comunicaciones y transportes, en la minería, en los textiles, en la industria y distribución de alimentos, en la producción del *papel* y en la industria *filmica* y *televisora*.

Con una balanza comercial negativa (en el quinquenio 1965-1970 se había registrado un total acumulado de 3012 millones de dólares) y una balanza de transacciones en cuenta corriente de déficit (para el mismo lapso de tiempo, un déficit de 2370 millones de dólares) ⁴, ha visto aumen-

tar su dependencia del capital exterior. Según una investigación realizada por el economista mexicano José Luis Ceceña, de las 500 empresas más fuertes del país, el 24% son de inversión extranjera directa, el 54.8% de inversión estatal y el 35.9% del sector privado mexicano. El rubro mayor de inversiones se da en el sector público, pero hay que precisar que buena parte de esta inversión se nutre con financiamiento exterior. (En el quinquenio 65-70 el 35% de los fondos de inversión estatal se derivó de créditos exteriores.⁵

Estos rasgos de dependencia económica derivan en una dependencia cultural que se manifiesta en todos los grandes difusores del país, como veremos después.

Factores Sociales. Desde el punto de vista de la estructura social, podemos hablar de México como un país de marcadas desigualdades tanto en lo cultural como en lo económico y lo político. Tal es la desigualdad que podemos hablar de un colonialismo interno como lo hace Pablo González Casanova, de un país en donde los grupos privilegiados ejercen su poder y explotación sobre el resto de la población, un país donde puede hablarse de grupos marginados al proceso global de desarrollo.

Existe en el país una diversidad cultural que va de la diferenciación lingual, pasando por la educativa, aunada a las diferencias que la cultura urbana industrial manifiesta con respecto a la cultura rural campesina. Analizando algunos indicadores gruesos, vemos que la sociedad mexicana es heterogénea desde el punto de vista de la lengua; el 2.15% de la población es monolingüe indígena; el 5.67% habla una lengua indígena y el español, ambos sectores participan de muy poco en la cultura nacional.

En el sector educacional los desniveles son todavía muy altos, de la población de 10 años y más que según el censo de 1970 ascendía a 32 334 732 habitantes, el 23.74% era analfabeta; de la población de 6 años y más (38 470 438 hab.), el 34.83% carecía de instrucción. De la población adulta —30 años y más: 13 591 408— sólo habían alcanzado la instrucción profesional superior, el 2.03%.

La cultura urbana y la cultura rural, en un país con red de comunicaciones deficientes tiene, cualitativa y cuantitativamente hablando, diferencias, en donde la cultura rural está marginada con respecto a la urbana. Para 1970 la población rural alcanza el 23.65% del total. Esta población rural tiene contactos con la cultura de los centros rectores a través del comercio, de las migraciones y por algunos medios de difusión, especialmente el radio.

Por lo que se refiere a los desequilibrios económicos vemos que para 1975, el 77% de la población percibía el 38% del ingreso nacional, por el 2% que gozaba del 32% de ese ingreso⁶. En los niveles de vida también se observan grandes desigualdades. Para 1970 el 40% carecía de luz eléctrica en su vivienda; el 56% carecía de gas o electricidad para la combustión dentro de su vivienda.⁷

A las diferencias culturales y económicas hay que agregar los desniveles de politización de la sociedad. Sin una identidad nacional, con bajos niveles educativos y graves problemas económicos, la participación política de las grandes masas se reduce cuando más a la votación y a la incorporación de ciertos sectores de la población económicamente activa, a los sindicatos.

Pero tanto la votación como el sindicalismo son factores que permiten la manipulación de parte de unos cuantos sobre una gran masa sin información y sin conciencia de clase. En la manipulación los centros de poder y los organismos sindicales utilizan las necesidades económicas de las masas sin información para "desviar cualquier ideología o política de clase."⁸

En este contexto someramente esbozado, los grandes difusores juegan el papel de instrumentos de los grupos hegemónicos para conservar un estado de información precaria y de concientización débil.

Los centros de poder público y privado a través de diferentes acciones directas o indirectas controlan a los cuatro medios de difusión más importantes del país; tanto el control que ejercen como el grado de desarrollo que estos difusores han logrado, dan su perfil. Esta comunicación se refiere únicamente al análisis del emisor en relación con su contexto social general, pero sin ponerlo en relación con sus mensajes, ni sus repercusiones con sus receptores.

MEDIO: CINE

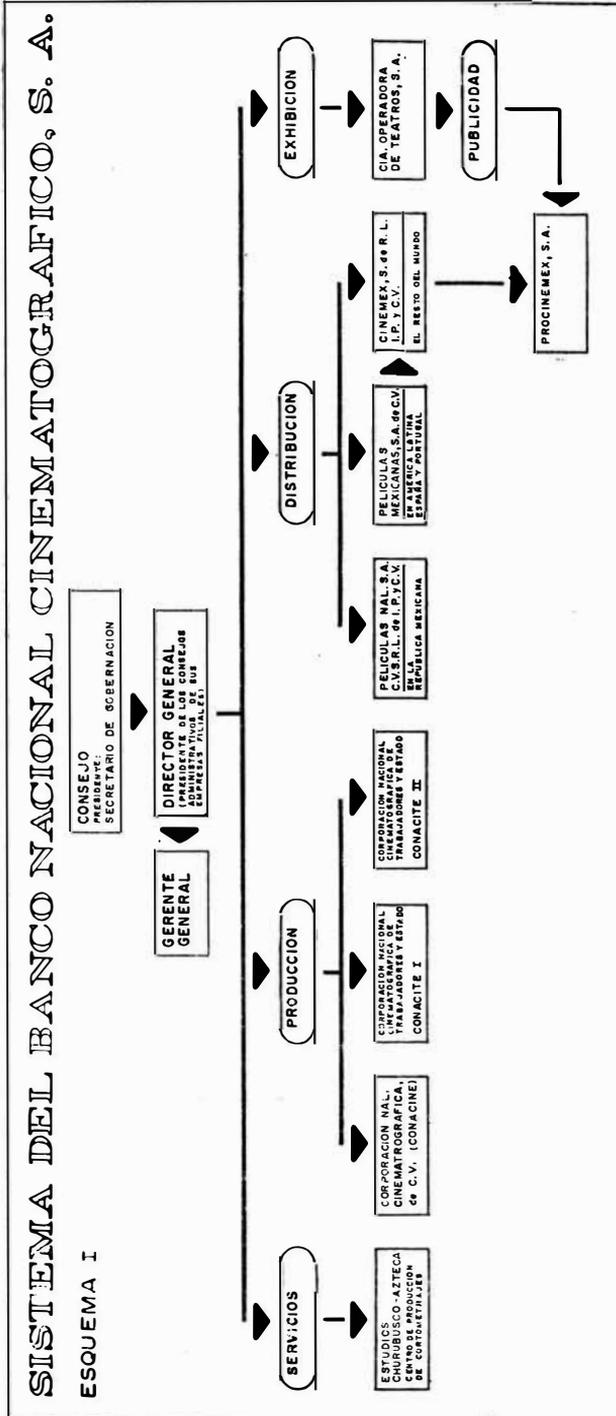
Estructura

La industria cinematográfica nacional es estatal. La Secretaría de Gobernación controla a través del Banco Nacional Cinematográfico todo el ciclo de la producción: la recopilación, la fijación, y la difusión y distribución de películas. (Ver esquema I).

En la recopilación interviene por ley (Ley de la Industria Cinematográfica) la Secretaría de Gobernación en la selección del argumento y en los permisos legales, mientras que en la selección de personal intervienen dos de los tres organismos sindicales de la Industria: el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica y la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas.

En la fijación, el Banco interviene en el rodaje, grabación, iluminación, revelado, montaje, etcétera, porque estos menesteres se realizan fundamentalmente en los Estudios Churubusco-Azteca, propiedad del Banco, o en los Estudios América a los cuales le otorga créditos.

El financiamiento lo genera en un 90% el Banco, el aprovisionamiento de material se realiza a través de compañías particulares que representan a alguna casa matriz extranjera, generalmente de Hollywood.



En la difusión, es decir la exhibición, el Banco interviene también a través de la Operadora de Teatros, S. A., compuesta de tres empresas: Operadora de Teatros, Cinematográfica Cadena de Oro, S. A. e Inversiones Reforma, S. A., que manejan 324 salas cinematográficas, es decir, el 19% del total (2619), el 81% restante está en manos de pequeñas cadenas privadas o de propietarios particulares. A pesar de ser bajo el porciento de salas que la Operadora de Teatros maneja, los ingresos en taquilla representan el 60% de la recaudación total por exhibición.⁹

En la difusión interviene el Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica, Similares y Conexos de la República Mexicana, que controla a todos los trabajadores de las salas cinematográficas.

En la distribución de películas, el Banco interviene a través de tres compañías que dependen económica y organizativamente de él: 1) Películas Nacionales (PELNAL) que distribuye las películas nacionales en el interior de la República, 2) Películas Mexicanas (PELMEX) que las distribuye en América Latina, España y Portugal y 3) Cinematográfica Mexicana Exportadora (CINEMEX) que las distribuye en el resto del mundo.

Desarrollo

Producción. En el lapso de 1964 a 1968, la industria cinematográfica produjo un promedio de 59 películas por año con un costo anual promedio de 76,044.15 dólares por película; para 1972 el número de películas ascendía a 64, con un costo promedio de 179,931.68 dólares.

De la producción de 1972, 9 fueron elaboradas por el sector privado nacional (14.1%) y 5 por compañías productoras norteamericanas (7.8%).

Exhibición. Por ley se estipula que el tiempo "pantalla" (número de horas de exhibición), en todas las salas de México debe ser del 50% para la producción nacional. En la realidad este tiempo sobrepasa lo estipulado en lo que se refiere a la exhibición que se realiza en la provincia; en que el 62% del tiempo pantalla en 1971 fue de 65% para la producción nacional y en 1972 se incrementó un 5% más. En cambio en el Distrito Federal el tiempo real fue del 40% en 1971 y del 42% en 1972, para las películas nacionales.¹⁰

El cine es un espectáculo que no llega a todos los mexicanos; pocos de los lugares pequeños y distantes tienen salas cinematográficas. En 1971 existía un total de 1863 salas en un país con 97,580 localidades geográficas (lo que significa estadísticamente hablando, 52 localidades por cine).

De los 232 864 000 boletos vendidos en 1971, el 28.3% fueron comprados en el Distrito Federal, el resto se compró en las 31 entidades restantes.¹⁰ (Ver cuadro I).

De las películas exhibidas en el país en 1971, el 58% eran de producción nacional, el 34% americanas y el resto europeas y de otros países.

CUADRO 1

BOLETOS VENDIDOS Y PERSONAS DE 10 AÑOS Y MÁS EN CADA
ENTIDAD FEDERATIVA

1 9 7 0

<i>Rango</i>	<i>Estado</i>	<i>Boletos vendidos (Miles)</i>	<i>Personas de 10 años y más</i>	<i>Bol. vendidos por persona 10 años y más</i>
12	Aguascalientes ...	1 886	222 454	8.48
8	Baja Calif. Norte.	6 555	582 199	11.26
1	Baja Calif. Sur ..	644	85 034	75.78
13	Campeche	1 418	170 838	8.30
2	Coahuila	8 824	247 917	35.59
6	Colima	1 985	160 392	12.38
27	Chiapas	3 216	1 035 871	3.10
9	Chihuahua	10 574	1 077 857	9.81
5	Distrito Federal .	65 655	4 858 810	13.51
19	Durango	3 191	610 939	5.22
3	Guanajuato	10 527	371 002	28.37
20	Guerrero	5 139	1 047 768	4.90
30	Hidalgo	1 927	794 586	2.42
14	Jalisco	16 786	2 201 970	7.62
28	México	6 959	2 474 047	2.81
31	Michoacán	11 029	6 640 084	2.38
17	Morelos	2 736	414 049	6.61
16	Nayarit	2 557	359 397	7.11
10	Nuevo León	11 066	1 150 643	9.62
32	Oaxaca	2 318	1 465 599	1.58
26	Puebla	6 777	1 695 049	4.00
25	Querétaro	1 296	316 472	4.10
4	Quintana Roo ...	814	56 819	14.33
22	San Luis Potosí..	3 946	849 745	4.64
18	Sinaloa	5 047	836 269	6.04
15	Sonora	5 522	743 893	7.42
24	Tabasco	2 160	493 547	4.38
7	Tamaulipas	11 946	983 536	12.14
29	Tlaxcala	711	279 136	2.55
21	Veracruz	12 036	2 566 723	4.69
11	Yucatán	4 890	531 085	9.21
23	Zacatecas	2 728	603 379	4.52
	E. U. Mexicanos.	232 864	32 434 176	7.18

FUENTE: Dirección General de Estadística.

MEDIO: PRENSA

Estructura

Nos referimos en este apartado, exclusivamente a las publicaciones periódicas: Diarios y revistas. Estos medios son en su mayoría de empresas privadas, que sin embargo, dependen del Estado, para su supervivencia ya que el papel se les proporciona a través de la única compañía productora e importadora de ese material, de la cual es dueño.

En 1935, por un decreto presidencial se creó una sociedad denominada Productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA) que opera bajo la dirección y vigilancia de la Secretaría de Industria y Comercio. El propósito que animó la creación de este organismo, según el decreto fue:

Conseguir: "la intervención reguladora del Estado para lograr sus objetivos más eficazmente... la formación de una entidad no animada de espíritu de lucro dentro de la cual tenga hegemonía el Gobierno de la República."¹¹

Regula las publicaciones la Ley de Imprenta en la que se estipulan las condiciones para el registro y las condiciones en que deben efectuarse las publicaciones, así como sus alcances y limitaciones.

Toda publicación debe registrarse en la Dirección de Derechos de Autor dependiente de la Secretaría de Educación Pública, en donde de autorizarse la publicación, queda inscrita ya sea como sociedad civil o como cooperativa.

Revistas

Por lo que se refiere a las revistas éstas son en su mayoría de empresas privadas, siendo la mayor parte publicadas por compañías subsidiarias de grandes consorcios norteamericanos, destacando entre éstos: 1) Hearst Corporation que a través de su filial Publicaciones Continentales de México, publica 7 revistas con más de dos millones y medio de ejemplares mensuales; 2) Time Inc. que publica 7 revistas de considerable circulación; 3) Reader's Digest que publica "Selecciones" con una circulación mensual de 400 mil ejemplares; 4) Western Publishing, Co. que opera en México a través de la Organización Novaro, S. A. que publica entre otras cosas cerca del 90% de las historietas cómicas del país; 5) Mc Graw-Hill que publica 4 revistas mensuales de gran circulación y 6) Downe Communication y Newhouse Co. que publican 6 revistas más.¹²

Periódicos

Mientras las revistas del país están controladas por empresas norteamericanas, los periódicos son de empresas privadas nacionales. De los 201 periódicos registrados en el país, 32 se editan en el Distrito Federal. De éstos, ocho son de circulación nacional. De los ocho periódicos de circu-

lación nacional, sólo uno, El Nacional, es estatal, el resto son de empresas privadas que sostienen con el producto de sus ventas y de la publicidad. (En un estudio realizado por nosotros acerca de un periódico de circulación nacional, constatamos que éste dedicaba en promedio un 38% de su espacio a la publicidad).¹³ Aparte de esas fuentes de financiamiento a través de la venta y la publicidad, algunos periódicos importantes cuentan con subvenciones gubernamentales.

Por lo que se refiere a la materia prima informativa, la noticia, los periódicos se abastecen de tres tipos de fuentes principales: a) las agencias noticiosas, b) los boletines de prensa y c) de sus reporteros y colaboradores.

De las agencias noticiosas utilizadas por los diarios capitalinos, son las norteamericanas las más frecuentemente mencionadas. Otra fuente de abastecimiento son los boletines de prensa de las dependencias gubernamentales, siendo la Secretaría de la Presidencia la que se encarga de censurar, concentrar y coordinar esta información. El abastecimiento restante lo hacen los periódicos por su propio medio: reporteros, colaboradores, etcétera. Un rasgo notorio es que el pueblo casi no utiliza el periódico para expresarse. En el estudio antes mencionado, se encontró que del total de líneas-ágata impresas con noticias sólo el 2.3% eran emitidas por el público (9540 líneas-ágata).

Desarrollo

En 1970 existían en el país 1996 periódicos y revistas registradas, concentrándose en la capital del país el 63%; el 37% restante estaba distribuido en pequeñas proporciones en el interior.

El tiraje diario aproximado de periódicos en el país en 1970, fue de 7 699 090 ejemplares, 4.2 personas de 10 años y más por ejemplar. El Distrito Federal tiene el primer lugar en lo que respecta al tiraje en relación con su población —con un habitante por ejemplar— el segundo lugar lo ocupa el Estado de Coahuila con una persona y media por ejemplar y el tercero Guanajuato con 2.2 personas por periódico (ver cuadro II).

De los periódicos de circulación nacional editados en el Distrito Federal, "La Prensa" es la que tiene mayor circulación media diaria con 185 361 ejemplares (ver cuadro III).

MEDIO: TELEVISIÓN

En el año de 1950 se inicia la televisión mexicana, que comienza por ser eminentemente comercial. En la actualidad es: privada, estatal y mixta.

1) La televisión privada, que está controlada por dos empresas: Televisa, S. A. y Telecadena Mexicana, S. A. Televisa, S. A. es dueña de

CUADRO 2

EDICIÓN DIARIA DE PERIÓDICOS ¹ Y PERSONAS DE 10 AÑOS Y MÁS POR RANGO ²
SEGÚN EL NÚMERO DE INDIVIDUOS POR EJEMPLAR Y ESTADO

1970

<i>Rango</i>	<i>Estado</i>	<i>Edición de periódicos</i>	<i>personas de 10 años y más</i>	<i>Número de personas por ejemplar</i>
7	Aguascalientes ...	42 305	222 454	5.3
9	Baja Calif. Norte.	88 777	582 199	6.6
15	Baja Calif. Sur ..	7 750	85 934	11.0
12	Campeche	18 000	170 838	9.5
2	Coahuila	177 743	247 917	1.4
3	Colima	19 000	160 392	8.4
25	Chiapas	40 200	1 035 871	25.8
6	Chihuahua	208 921	1 077 857	5.2
1	Distrito Federal .	4 524 449	4 858 810	5.2
22	Durango	27 400	610 939	22.3
3	Guanajuato	174 318	391 002	2.2
18	Guerrero	80 620	1 947 768	13.0
29	Hidalgo	20 491	794 586	38.8
14	Jalisco	218 387	2 201 970	10.1
27	México	70 427	2 474 047	35.1
16	Michoacán	362 740	4 640 084	12.8
30	Morelos	9 250	414 049	44.7
20	Nayarit	20 050	359 397	17.9
4	Nuevo León	391 000	1 150 643	2.7
28	Oaxaca	28 500	1 465 599	28.1
16	Puebla	132 332	1 695 049	12.8
21	Querétaro	16 143	316 472	19.6
13	Quintana Roo ...	5 900	56 819	9.6
17	San Luis Potosí..	65 790	849 745	12.9
10	Sinaloa	112 038	836 269	7.5
8	Sonora	133 600	743 893	5.6
26	Tabasco	16 500	493 547	29.9
5	Tamaulipas	298 150	983 536	3.3
24	Tlaxcala	12 095	279 136	23.1
19	Veracruz	179 300	2 566 723	14.3
5	Yucatán	160 346	531 085	3.3
23	Zacatecas	26 568	603 379	22.7
TOTAL		7 699 090	32 434 176	4.2%

FUENTES: ¹ Medios Publicitarios, S. A.² Dirección General de Estadística.

CUADRO 3

CIRCULACIÓN NACIONAL DE PERIÓDICOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

1 9 7 2

<i>Periódico</i>	<i>Circulación media diaria</i>	<i>Domingos</i>
El Día	62 500	62 500
Excélsior	148 242	152 714
El Heraldo	185 859	185 859
El Nacional	30 000
Novedades	127 548	122 014
La Prensa	185 361	185 361
El Sol de México	144 000	144 000
El Universal	139 242	151 242

FUENTE: Directorio de Medios Publicitarios, S. A.

4 canales en el Distrito Federal y 48 en provincia. La compañía está dirigida por tres familias: Azcárraga, O'Farril y Alemán que son a su vez dueños de otras difusoras como son: cadenas de estaciones radioemisoras, cadenas de periódicos y compañías editoras de libros y revistas.

Aparte de las emisoras regulares de televisión, controla dos canales de cablevisión. Este tipo de televisión es privada, sólo llega a ciertas zonas y se recibe únicamente en los hogares que han pagado una suscripción anual y la mensualidad correspondiente. La mayor parte de su programación está en inglés, pese a que por ley está prohibida la transmisión de programas hablados en idiomas extranjeros.

La empresa se financia con la venta de tiempo a las empresas publicitarias. Por ley, la televisión debe ceder 30 minutos de su programación diaria al Estado.

b) Telecadena Mexicana, S. A. controla 15 canales de provincia. Su dueño, Manuel Barbachano Ponce, tiene negocios relacionados con el turismo nacional.

2) La Televisión estatal controla el canal 11 capitalino y nueve canales más en la provincia, que se caracterizan por su programación de tipo cultural.

El Estado ejerce control también en la televisión rural, que se creó por decreto del 24 de abril de 1972.

El propósito de las estaciones televisoras rurales es hacer llegar el servicio a las poblaciones y áreas rurales descubiertas por los grandes canales, a fin de que sirvan de vehículo para la integración cultural del país, para el incremento de la información y el sano esparcimiento de los pobladores rurales.

El Gobierno Federal se reserva el derecho de producir y seleccionar la programación de tales canales. El material producido por las empresas privadas y transmitido por la televisión pasará sin cortes, es decir se respetará hasta la publicidad comercial que contenga. La Secretaría encargada de llevar a cabo la organización de este sistema de televisión rural es la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y son los gobiernos de los Estados y Municipios los que promueven la instalación de dichas televisoras.

3) La televisión mixta, tiene capital privado, subvención y control estatales. Tiene un canal capitalino, el 13. Su financiamiento es estatal y comercial ya que transmite la publicidad de productos comerciales.

Las estaciones televisoras, así como las de radio, requieren: concesiones, si son estaciones comerciales; permisos, si son estatales. Estos permisos y concesiones son otorgados por el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Las concesiones se otorgan solamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. La concesión según el artículo 23 de la Ley Federal de Radio y Televisión, no puede cederse ni modificarse.

En su programación la televisión mexicana pasa material de elaboración nacional y extranjera (como por ejemplo, la televisión capitalina en una semana incluyó 36% de programas extranjeros) ¹⁴.

La televisión nacional incluye en su programación los aspectos informativos. En la capital existen actualmente 71 programas de información que cubren un total de 44:25 horas semanales. El servicio informativo se nutre de las agencias noticiosas nacionales: NOTIMEX e INFORMEX que son agencias paraestatales, que a su vez se nutren de la información internacional que les proporcionan las agencias noticiosas internacionales (específicamente, *Associated Press*). Los noticieros televisivos cuentan además con equipo de reporteros y corresponsales.

Desarrollo

Hasta hace tres años, la televisión comercial mexicana tenía cuatro consorcios que manejaban todos los canales comerciales del país. Estos consorcios eran: Telesistema Mexicano, S. A., Televisión Independiente de México, Telecadena Mexicana, S. A. y Tele Productora del Distrito

Federal, S. A.; las dos primeras (Telesistema y Televisión Independiente) se fusionaron bajo la razón social Televisa, S. A.; Telecadena Mexicana subsiste y Tele Productora del Distrito Federal vendió acciones al Estado para manejar su único canal, el canal 13 del Distrito Federal.

La televisión cubre el 31.25% de los hogares mexicanos. En 1970, existían en el país 8 285 751 viviendas, de las cuales tenían aparatos de televisión 2 589 051 (ver cuadro IV). El mayor porcentaje de viviendas con aparatos de televisión corresponde al Distrito Federal con 70.32%; le sigue el Estado de Baja California con 61.44% y Nuevo León con 48.36%. Estas tres entidades federativas tienen —a su vez— el más alto índice de desarrollo económico, según el estudio de Aguilar Alvarez *et al.*¹⁵

MEDIO: RADIO

Estructura

El radio, el medio de difusión que cubre a la inmensa mayoría de la población mexicana, se encuentra organizado en dos tipos de empresa: la privada y la estatal.

Las radioemisoras privadas requieren, para su explotación, de una concesión que otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Por ley, ese organismo público debe escoger, de las tres alternativas que proporcionen los solicitantes de la concesión, el tipo de programación que deberá presentar el canal.

Las 644 radioemisoras comerciales se agrupan en asociaciones, estas asociaciones controlan la publicidad que se trasmite en sus radioemisoras afiliadas. Existen en el país 19 asociaciones de ese tipo, de las cuales tres de ellas controlan la mitad de las radioemisoras existentes. (Fuente: Dirección General de Concesiones y Permisos).

Las radioemisoras estatales son generalmente de tipo educativo y sólo requieren de permisos para su instalación. Los permisos se conceden a instituciones, patronatos o cualquier otro tipo de asociación cuya característica sea educativa. De entre las radioemisoras estatales existen dos clases: las llamadas "autónomas" (que reciben el control indirecto del Estado a través de subsidios) y las "dependientes" (que son controladas y administradas por algún organismo estatal). De las primeras, —las autónomas— existen 22 en el país: 11 de onda corta, 4 en frecuencia modulada y el resto de amplitud modulada. De las segundas, —las dependientes—, existen 3: dos de amplitud modulada y una de onda corta.

CUADRO 4

CASAS CON TELEVISIÓN POR ENTIDAD FEDERATIVA

1970

<i>Rango</i>	<i>Estado</i>	<i>Total de casas</i>	<i>Casas con T. V.</i>	<i>% de Casas con T. V.</i>
5	Aguascalientes ...	52 722	17 469	33.13
2	Baja Calif. Norte.	155 867	95 774	61.44
16	Baja Calif. Sur ..	21 246	4 718	22.21
24	Campeche	42 296	5 955	14.08
12	Coahuila	186 012	47 436	25.50
11	Colima	41 839	4 815	11.51
30	Chiapas	275 436	22 624	8.21
6	Chihuahua	287 514	93 920	32.67
1	Distrito Federal .	1 219 419	857 564	70.32
23	Durango	149 582	24 642	16.47
11	Guanajuato	358 587	93 450	26.06
25	Guerrero	275 954	38 095	13.80
22	Hidalgo	210 744	34 195	16.22
7	Jalisco	536 134	171 648	32.01
4	México	624 250	223 165	35.75
21	Michoacán	390 339	65 522	16.78
8	Morelos	108 903	34 383	31.57
26	Nayarit	96 444	11 704	12.13
3	Nuevo León	292 153	141 386	48.36
31	Oaxaca	375 398	29 884	7.96
15	Puebla	443 321	99 494	22.44
17	Querétaro	80 870	17 187	21.25
32	Quintana Roo ...	15 316	413	2.70
20	San Luis Potosí..	216 461	39 791	18.38
18	Sinaloa	206 750	42 534	20.57
10	Sonora	185 607	53 612	28.88
29	Tabasco	126 715	12 152	9.59
9	Tamaulipas	266 032	83 805	31.50
19	Tlaxcala	72 470	14 496	20.00
13	Veracruz	688 801	159 803	23.20
14	Yucatán	126 642	29 156	23.02
27	Zacatecas	152 927	18 359	12.00
E. U. Mexicanos.		8 285 751	2 589 051	31.25

FUENTE: Dirección General de Estadística.

Desarrollo

De las 669 radioemisoras que existían en el país en 1973, 644 eran privadas y 25 estatales. La potencia media de las privadas era de 2 635 watts y de las estatales 834 watts.

El incremento de estaciones radiodifusoras privadas en el sexenio 1968-1973 fue de 159 estaciones. Mientras que, para el mismo período, las estaciones estatales sólo aumentaron en una.

El radio es el medio más extendido en el territorio nacional. El 75% de las viviendas del país poseen por lo menos un aparato de radio (ver cuadro V).

En un estudio realizado encontramos que la programación musical de las estaciones de Radio, en el Distrito Federal, contiene el 53% de música nacional y el 46% de música extranjera.

Conclusiones

En el contexto socio-político actual, los grandes difusores del país reflejan en su estructura la dicotomización de los centros de poder. Resienten en su estructura y desarrollo las dos formas de control: el oficial y el privado, cada uno ejercido de manera diferente.

El control oficial se ejerce de manera: directa e indirecta. La forma directa de manipulación se manifiesta a través de una estrecha censura de la producción total que se transmite por medio de los grandes difusores. El Estado, administrado por un partido único, no permite la libre expresión en los medios para aumentar la calidad de la información a fin de crear la politización de la población. La forma indirecta se realiza a través de: a) las concesiones (en todos los medios de difusión); b) el abastecimiento de la materia prima (como en el caso de la prensa) y c) del financiamiento (como en el caso del cine).

El control privado se ejerce igualmente de manera directa e indirecta. La directa a través de la producción que transmiten en sus canales de difusión, de la que todavía son dueños mayoritarios; la indirecta se realiza a través de la publicidad.

Por lo que se refiere a su desarrollo, se concluye que actualmente el Estado tiene una ingerencia mayor y más directa en los medios que la que antes tenía.

Por otro lado, sostenemos que la irradiación de los medios, aunque ha aumentado en los últimos años, sigue siendo insuficiente, ya que una gran proporción de la población carece de acceso a los grandes difusores (excepto el radio) que aunque controlados, pueden convertirse en lazo de unión cultural de los mexicanos.

CUADRO 5

CASAS CON RADIO POR ENTIDAD FEDERATIVA

1 9 7 0

<i>Rango</i>	<i>Estado</i>	<i>Total de casas</i>	<i>Casas con radio</i>	<i>% de casas con radio</i>
6	Aguascalientes ...	52 722	44 155	83.75
2	Baja Calif. Norte.	155 867	134 649	86.38
5	Baja Calif. Sur ..	21 246	17 902	84.26
20	Campeche	42 296	30 683	72.54
3	Coahuila	186 012	158 234	85.06
12	Colima	41 839	32 812	78.42
28	Chiapas	275 436	153 606	55.76
9	Chihuahua	287 514	232 929	81.01
1	Distrito Federal .	1 219 419	1 096 665	29.83
10	Durango	149 582	120 835	80.78
19	Guanajuato	358 587	263 357	73.44
27	Guerrero	275 954	162 298	58.81
22	Hidalgo	210 744	145 315	68.95
30	Jalisco	536 134	163 337	30.46
13	México	624 250	486 584	77.94
13	Michoacán	390 339	301 299	77.18
13	Morelos	108 903	84 248	77.36
11	Nayarit	96 444	76 213	79.02
3	Nuevo León	296 153	252 450	85.24
29	Oaxaca	375 398	196 098	52.23
25	Puebla	443 321	283 997	64.06
21	Querétaro	80 370	37 272	71.26
26	Quintana Roo ...	15 310	9 343	61.02
22	San Luis Potosí..	216 461	148 426	68.56
13	Sinaloa	206 750	160 324	77.54
7	Sonora	185 607	153 398	82.64
17	Tabasco	126 715	96 055	75.80
7	Tamaulipas	266 032	218 418	82.10
17	Tlaxcala	72 470	51 495	71.05
23	Veracruz	688 801	464 010	67.36
24	Yucatán	126 642	84 573	66.78
17	Zacatecas	152 927	115 155	75.30
TOTAL		8 285 351	6 275 589	75.74

FUENTE: Dirección General de Estadística.

- 1 El término se utiliza de acuerdo a la terminología de Richard R. Fagen en *Política y Comunicación*. Ed. Argentina, Ed. Paidós. En donde define este tipo de democracia como un sistema donde se realizan elecciones libres, abiertas y periódicas y en donde la "contienda por los cargos públicos da lugar a organizaciones políticas que se especializan en la creación y el mantenimiento del apoyo popular".
- 2 González Casanova, Pablo: *La Democracia en México*. México, Ed. Era; 2a. Ed. 1967.
- 3 González Casanova: *Op. Cit.*
- 4 Ceceña, José Luis: *México en la Órbita Imperial*. México, Ed. Caballito. 1970.
- 5 Ceceña: *Op. Cit.*
- 6 González Casanova: *Op. Cit.*
- 7 Navarrete, Ifigenia N. de: *Distribución del ingreso y el desarrollo económico de México*. México. Escuela Nacional de Economía, UNAM. 1960.
- 8 Flores Olea, Víctor: "Poder, Legitimidad y Política en México", en *El Perfil de México en 1980*. Vol. III. México. Siglo XXI. Ed. 1972.
- 9 Fuente: Cinecompendio 72-73 — México.
- 10 Dirección General de Estadística. Anuario Estadístico 1970-1971.
- 11 Acuerdo Presidencial de creación de la PIPSA. 1935.
- 12 Ceceña, José Luis: "Colonialismo Periodístico". Revista *Siempre*. Núm. 959, Nov. 10 de 1971.
- 13 Jiménez de Ottalengo, Regina: *Un periódico mexicano, su situación social y sus fuentes de información*. (Una ilustración de la teoría de la dependencia en el ámbito de la comunicación). En prensa.
- 14 Jiménez de Ottalengo, R. y Georgina Paulín de S.: "La Comunicación Colectiva en México y la Dependencia". *Revista Mexicana de Sociología*. Año XXXIV; Vol. XXXIV, Núm. 4, Julio-Diciembre 1972.
- 15 Aguilar Alvarez, A., Antonio Lamadrid, et. al.: "Desarrollo socio-económico comparativo de las entidades del país". *Comercio Exterior*, México. Banco Nacional de Comercio Exterior, Marzo, 1972.