

aproximación a la prensa mexicana (notas sobre el periodismo diario)

MIGUEL ÁNGEL GRANADOS CHAPA

A continuación se presentan informes y reflexiones sobre algunos aspectos del diarismo en México. Un examen global de este sector de la prensa mexicana requiere detenerse en muchos temas que ni someramente se tratan aquí. Los puntos que se analizan son sin duda susceptibles de un tratamiento más amplio; pero lo impiden tanto la índole de este artículo como las deficiencias de información a que se hace referencia enseguida. Sin embargo, el hecho de que se comenten ahora ayudará, espero, a suscitar un mayor interés por el fenómeno periodístico mexicano.

Dos dificultades se ofrecen de inmediato a quien quiera intentar un acercamiento sistemático a los diarios que se publican en México. De una parte, se trata de un campo virtualmente virgen: casi no existen trabajos de campo que aporten materia prima para el estudio conjunto y la reflexión. De otro lado, es paradójico, pero no sorprendente, el que los "órganos públicos de información" se aferren a una privacidad o una simulación tales que impiden confiar racionalmente en la veracidad de los escasos datos que dan a conocer sobre sí mismos.

Es difícil saber con certidumbre siquiera el número de diarios que se publican en México. El sistema legal que rige la publicación de periódicos obliga al registro

sólo para efectos de la circulación postal, o lo permite para la protección jurídica del título.¹

Comercialmente, los diarios dan cuenta de sus existencias por medio de un directorio especializado,² destinado al uso de los anunciantes y agencias de publicidad, particularmente. Su utilidad para estudios sobre la prensa es, así, restringida, por más que no haya otra fuente a la cual acudir.

De esta suerte, sólo con cautela se puede establecer una evolución de la cantidad de diarios y sus tirajes en las últimas dos décadas. Al iniciarse la de los cincuentas, la UNESCO informó que había en México 163 diarios, con un tiraje total de 1 300 000 ejemplares para una población total de 28 millones de habitantes, de los cuales el 40 por ciento eran analfabetos. El consumo de papel periódico fue entonces de 81 000 toneladas.

En el mismo documento, la UNESCO añadió:

La circulación de todos los diarios capitalinos as-

¹ Así lo establecen el Reglamento de los artículos 4o. y 6o., fracción VII de la Ley Orgánica de Educación Pública, sobre publicaciones y revistas, en lo tocante a la cultura y la educación; el decreto sobre franquicia postal de publicaciones periódicas; y la Ley Federal Sobre Derechos de Autor.

² *Directorio de medios*, mayo-agosto de 1972, Medios Publicitarios Mexicanos, México, publicación trimestral.

ciende a 550 000 ejemplares y los dos más importantes llegan a los cien mil. Todos aparecen en español, a excepción de uno en inglés y otro en francés, de tirada muy reducida. También se publican unos 42 semanarios. Por no haber agencia nacional de noticias, la información del extranjero se recibe por conducto de la AFP, AP, UPI e INS, que tienen oficinas en la capital. El gobierno edita diariamente un boletín de noticias oficiales.³

Un lustro más tarde el cuadro había cambiado sensiblemente: Los diarios eran 189, con un tiraje de 2 992 000 ejemplares, para una población de 34 millones.⁴ En 1958 el *Anuario Estadístico* señalaba la existencia de 270 diarios. En 1966 un estudio apunta que "hay más de 200 diarios con circulación de 4 500 000 ejemplares".⁵ La distribución por habitantes, la "densidad periodística" que en 1956 era de 8.3 ejemplares por cada cien habitantes, pasó 10 años más tarde a 11 por cada 100, con lo que se sobrepasó el mínimo aceptable, fijado por la UNESCO en 10 ejemplares por cada centenar de habitantes.

El *Anuario Estadístico*, sin citar la fuente, registra 232 diarios en 1969. Los que insertan sus datos en el directorio de medios eran exactamente 200 en 1972. La suma de la circulación de todos ellos es de 4 766 400, aunque deben hacerse dos salvedades: una, que sólo altera mínimamente el cómputo, es que algunos periódicos no dieron a conocer su tiraje (entre ellos algunos de la importancia de *El Informador*, de Guadalajara) y, lo más importante, que sólo en una docena de casos está comprobada la circulación pagada. Aun así, queda claro que la densidad periodística ha vuelto atrás, a 10 ejemplares por cada 100 habitantes. Lo que equivale a decir que el aumento de la población en general, y de la alfabeta en particular, está creciendo a un ritmo mayor que el de la circulación de los diarios.

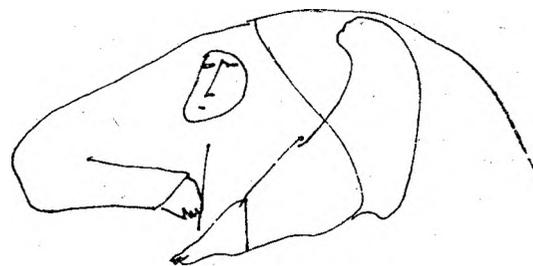
Como se irá comprobando en consideraciones posteriores, la prensa diaria refleja muy fielmente la estructura social, económica y política en que se halla inserta, aunque no se acepte con esta afirmación que la prensa no pueda promover el cambio social y que a un país subdesarrollado y dependiente deba corres-

ponder, por fuerza, un diarismo igualmente dependiente y subdesarrollado.

Los diarios se concentran en las grandes ciudades. Hay 21 en la ciudad de México, con una circulación de más de dos millones de ejemplares (es decir, el 40 por ciento del total nacional). Todos los diarios de Nuevo León están en Monterrey. Todos los de Jalisco se publican en Guadalajara, como todos los de Puebla, salvo uno, se editan en la capital de ese Estado.

La distribución por regiones es muy desigual y corresponde al diverso grado de desarrollo interno. Así, hay entidades como Hidalgo, Morelos, Querétaro, Quintana Roo y Tlaxcala, que sólo tienen un diario, cuya circulación individual en ningún caso llega a más de 15 000 ejemplares.

En cambio Tamaulipas, Veracruz, Coahuila, Chihuahua, Sonora y Sinaloa tienen más de diez diarios cada una (en Tamaulipas hay 23). Las mayores circulaciones se observan en esta entidad (3 550 000), en Nuevo León (cuyos 6 diarios tiran 310 000 ejemplares), Veracruz (221 000), Jalisco (con sólo cuatro periódicos, que imprimen 197 000 ejemplares), etcétera. Con material relativo corresponde una mayor abundancia de la prensa.



Hay una gran indefinición acerca de la naturaleza del régimen de prensa mexicano. Siebert y Peterson distinguen tres formas de relación entre el poder público y la sociedad, por una parte, y la prensa, por la otra.⁶ De alguna manera la prensa mexicana es autoritaria, liberal y de responsabilidad social al mismo tiempo. Es lo primero en sus relaciones con el gobierno, en la práctica. La legislación vigente le confiere el segundo carácter. Y los dichos de sus representantes y del propio gobierno expresados en ocasiones como el día de la li-

³ UNESCO. *La información en el mundo* (prensa, radio, cine, televisión), París, 1956, p. 122.

⁴ Tomás Cerro Corrochano. "Panorama de la Prensa Mundial", en Nicolás González Ruiz. *Enciclopedia del periodismo*, Barcelona-Madrid, Editorial Noguer, 4a. ed. 1966, p. 593.

⁵ E. Lloyd Sommerlad. *La prensa en los países en desarrollo*, México, UTEHA (Manuales, núm. 374), 1969, p. 68.

⁶ Fred S. Siebert y Theodore Peterson. *Tres teorías sobre la prensa* (en el mundo capitalista), Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1967, 123 pp.

bertad de prensa, presentan una imagen que corresponde al tercer concepto, el de la responsabilidad social.

Las leyes mexicanas sobre la prensa están vigentes, pero no se cumplen. O se aplican sólo esporádica y parcialmente. El profesor Luis Castaño⁷ revisó la jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia relativa a la legislación de prensa, y sólo halló casos fechados entre 1919 y 1953, justamente la época en que los medios para el control gubernamental de la prensa eran directos y en ocasiones hasta violentos. No parece casual que los litigios relativos a la prensa cesaran cuando el control se hizo más sutil o innecesario, por la identificación de la prensa con los fines y los procedimientos gubernamentales.

Hay, en efecto, una gran diferencia entre lo acontecido en 1932 al *Diario de Yucatán*, por ejemplo, cuya circulación fue prohibida por el gobernador de ese Estado (acto contra el cual la Corte amparó al editor) y las relaciones actuales entre la prensa y el gobierno, por más que de tanto en tanto se conozcan denuncias sobre restricciones oficiales a la distribución de alguna revista.

La historia reciente de las relaciones entre la prensa y el gobierno sólo registra un incidente. Un autor español presenta así el caso, ocurrido en 1966:

En Méjico fue prohibido el *Diario de Méjico* por haber aparecido en el mes de junio con los pies de dos fotografías cambiados. Dicha suspensión fue decretada más de dos meses después. El periódico acusó con este motivo al presidente de la República de abuso de autoridad y de haber atentado contra la libertad de prensa.⁸

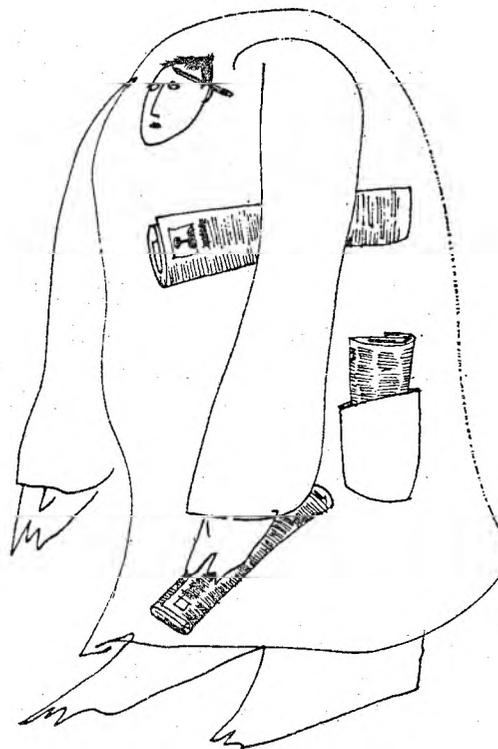
(Siendo cierto el hecho sustancial, no lo es el relato del procedimiento. No se ejerció la ley contra este periódico, sino que se concretó en él un fenómeno peculiar de la prensa mexicana: cada sexenio aparecen uno o dos diarios al influjo del presidente en turno o de sus validos, de igual manera que desaparecen uno o dos surgidos en el sexenio anterior. Ésa es la historia del *Diario de México* —vuelto a la vida en el actual régimen— como ha sido la de *Zócalo*, *Tabloide*, *Diario de la Noche*, *Tiempo de México*, *Atisbos*, etcétera).

Los informes anuales de la Sociedad Interamericana de Prensa señalan invariablemente a México como país en que impera la libertad de prensa. Así lo hizo también

⁷ Luis Castaño. *Régimen legal de la prensa en México*, México, Editorial Porrúa, 2ª edición, 1962, 380 pp.

⁸ J. A. Castro Fariñas. *De la libertad de prensa*, Madrid, Editorial Fragua, 1971, p. 205.

un reporte preparado por el *US News and World Report*, que en 1960 incluyó a México entre los únicos 44 países con libertad de expresión, “entendiéndose ésta como ausencia de roces entre los periódicos y la administración pública”.⁹



Un juicio distinto merece esta relación a don Daniel Cosío Villegas, que declara que entre la libertad y el control plenos,

México se encuentra en una situación intermedia, pero no porque haya salido de la sombra y veamos ya la luz sonrosada de la aurora, sino porque el peso abrumador del gobierno y el coro publicitario que canta sus monerías han hecho de los mexicanos seres alucinados que toman la ficción por realidad, o que fingen haber caído en el garlito para protegerse.¹⁰

Más que un control gubernamental sobre la prensa, lo cierto es que hay un autocontrol, una especie de “censura ambiental”. Los periódicos “saben hasta dónde pueden llegar”. O saben, por lo menos, hasta dónde

⁹ *Idem*, p. 133.

¹⁰ Daniel Cosío Villegas. “Libertad de prensa. Real y fingida”, *Excelsior*, p. 6, 27 de junio de 1969.

quieren llegar. Los eventuales mecanismos de control (Castro Fariñas dice que se ejerce uno indirecto, "toda vez que el gobierno podía decidir sobre la distribución del papel-prensa de importación") no se ponen en operación por innecesarios. Las empresas periodísticas son, centralmente, lo primero, es decir, empresas, y sólo lateralmente periodísticas.

Aunque el hecho no pueda determinarse con precisión, se puede afirmar que los negocios periodísticos en México actúan con privilegios que, por una parte, son generales a las empresas privadas (fenómeno propio del modelo de desarrollo escogido y puesto en práctica) y, por otro lado, son exclusivos de las editoras periodísticas.

Entre estos últimos puede señalarse la existencia de la Productora e Importadora de Papel, S. A. Lejos de constituir un riesgo para los periódicos, éstos se benefician de ella, pues obtienen papel importado a precio equiparable al de fabricación nacional.¹¹ Llega a tal grado esta conveniencia, que cuando el Estado manifestó su decisión de liquidar la sociedad —creada por acuerdo del presidente Cárdenas en 1935 por un término de 30 años— los editores solicitaron en 1965 y 1969 que la vida de la empresa se prorrogara, lo que se aceptó finalmente.

Los problemas empresariales son diversos según el régimen de propiedad de las compañías editoras. En un país de economía mixta hay negocios periodísticos del Estado y de la iniciativa privada. En la ciudad de México tres cooperativas formales son propietarias de periódicos y en los talleres de una más se imprime otro diario.

El Estado cuenta directamente con un cotidiano (*El Nacional*) y dos agencias informativas (Notimex e Informex). Ha establecido un vasto sistema de provisión de informaciones a la prensa, mecanismo señalado a menudo como impediente de la libertad de información. A partir de una subsecretaría y de una dirección general, en la Secretaría de la Presidencia, la información estatal para los periódicos se difunde por medio

¹¹ México sólo produjo, en 1971, 37 945 toneladas de papel periódico, y tuvieron que importarse en ese año 168 430 toneladas métricas, que constituyeron el 87.1 por ciento de las compras totales de papel al exterior, según informes de la Cámara Nacional de las Industrias del Papel. De doce proveedores que surtieron a la PIPSA en el primer semestre de 1972, 5 son empresas norteamericanas, 4 canadienses, una de Chile, otra de Finlandia y una más de Suecia. La tonelada de papel fabricado en Tuxtepec cuesta 2 307 pesos y la del mismo tipo, importado, cuesta 167.50 dólares más el flete.

de oficinas de prensa que, con diversos rangos, existen en toda la administración central y descentralizada.

Recientemente el Estado tomó posesión —por medio de una empresa financiera paraestatal, la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial— de los 37 diarios de la Organización Periodística García Valseca (Editorial Panamericana, S. A. y Periódicos de los Estados, S. A.), que anunciaban tener un tiraje total en 1971 de . . . 1 391 000 ejemplares. Aunque la intervención no se ha difundido públicamente, es un hecho que se ejerció para poner a salvo así sea en forma mínima, el interés financiero del Estado, comprometido por la operación deficitaria de las empresas que manejaban estos periódicos.

En cuanto a las editoras periodísticas privadas, su panorama se puede trazar —no sin establecer matices— con los siguientes párrafos de Daniel Cosío Villegas:

Las menos son empresas comerciales e industriales que dan a sus accionistas ganancias satisfactorias. . . No faltan los propietarios que sostienen a pérdida publicaciones periódicas porque les sirven como medio de obtener del gobierno apoyo para empresas de otra índole (bancarias, comerciales o industriales) que son el verdadero origen y sostén de las considerables fortunas de esos empresarios medidos sólo incidentalmente a periodistas. Pero la gran mayoría de estas publicaciones periódicas carecen de base económica para sostenerse por sí mismas y en consecuencia, su supervivencia reposa enteramente en la ayuda oficial, que toma desde la forma inocente de la compra de un número considerable de suscripciones, o de anuncios innecesarios del propio gobierno o de las empresas semi-oficiales, hasta la más insidiosa del subsidio en dinero contante y sonante destinado a pagar salarios, materia prima, etcétera.¹²

Si no es del subsidio oficial —que socorre a muchos periódicos en todo el país—, los diarios tienen que vivir de la publicidad y la circulación. Más de aquella que de ésta, en un país donde se promueva el consumo conforme a modelos externos y el analfabetismo es padecido, en la práctica, por la mitad de la población.

Las tarifas de publicidad se formulan en función del tamaño físico del diario, de su circulación, de su calidad y de su ubicación. Varían desde 500 pesos la plana, en pequeños diarios tamaño tabloide en ciudades

¹² Daniel Cosío Villegas. *El sistema político mexicano* (Las posibilidades de cambio), Austin, Institute of Latin American Studies (Political Inquiry: México, núm. 1), 1972, p. 57.

del interior, hasta 15 000 pesos, valor de la plana en el diario más influyente de la capital. El citado directorio de medios las consigna, pero su aplicación obedece a las circunstancias del mercado, por lo que ocurre que las tarifas sean en realidad más bajas en la mayor parte de los periódicos, que las abaten en razón de la aguda competencia.

Los periódicos destinan normalmente alrededor del 50 por ciento de sus páginas a la publicación de avisos. Tomando un día al azar (el 7 de julio de 1972) de los diarios de la ciudad de México, se obtuvo este resultado: *Excelsior* publicó 51 890 líneas ágata de publicidad, unas 23 planas (cada plana tamaño estándar mide 2 240) más 12 de aviso clasificado, esto es, 35 en total de una edición de 64 páginas; *Novedades* destinó a ese efecto 49 080 (unas 22 planas, de un total de 48): *El Heraldo* publicó 43 645 líneas ágata (unas 18 planas, más 6 de aviso clasificado, es decir 24 en total, de un número que contuvo 56 páginas).

La publicidad oficial fue mínima comparada con la comercial. En el mismo día citado, *Excelsior* publicó 37 605 líneas ágata de avisos comerciales por sólo 350 de publicidad oficial; *Novedades* 31 405 contra 410 y *El Heraldo* 24 401 a cambio de 560.

Cosío Villegas ha expresado una apreciación generalizada: "que el anunciante es un 'grupo de presión' sobre la política general de la publicación periódica, con todas las graves consecuencias que puede imaginarse".¹³ En el mismo sentido, el director de *El Nacional* ha formulado este reproche:

En México se habla de la prensa independiente, pero (Julio Scherer García) dijo que los que dan publicidad *exigen*. Entonces hay un tipo de dependencia de esos periódicos que se llaman independientes en comparación con periódicos que tienen un subsidio del gobierno.¹⁴

Aludido directamente, el director general de *Excelsior* respondió:

Nosotros no aceptamos una sola dependencia en los principios... el publicar una plana a color de un fraccionamiento no establece ninguna diferencia desde el punto de vista del criterio editorial.¹⁵

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ Danie Cosío Villegas. "Mordazas: de oro y de hierro", *Excelsior*, p. 6, 7 de marzo de 1969.

¹⁵ Alejandro Carrillo, en *Simposio sobre la revolución en los medios de comunicación*. Transcripción del simposio organizado por la Universidad de Texas en Austin, del 17 al 18 de abril de 1971, p. 141.

Por lo que corresponde a la circulación de los periódicos. se plantea un grave misterio. Se puede presumir que la generalidad de los diarios declaran una circulación mucho mayor de la que realmente tienen. Casi todos ellos declaran su tiraje sin aportar pruebas; otros ofrecen comprobación a solicitud; algunos más certifican sus tirajes (que no son necesariamente equivalentes a la circulación); y sólo unos pocos muestran certificados de circulación pagada, documentos que, sin embargo, pueden resultar parciales, pues son elaborados a petición y con cargo al diario que quiere comprobar así su difusión.

Las cifras reales se guardan celosamente como secretos. Ni siquiera se puede acceder a ellas por cálculo —con base, por ejemplo, en la cantidad de papel adquirido, porque se sabe de la existencia de un mercado subrepticio de esa materia prima: las editoras que lo adquieren lo revenden a clientes a los que maquilan sus impresos—, por lo que, con las reservas del caso, hay que atenerse a los datos del directorio de medios. Según él, sólo dos diarios en la capital exceden los 200 000 ejemplares, una media docena está entre 100 mil y 200 mil, y el resto tiene tirajes por abajo de estas cifras. No son escasos los diarios que declaran circulaciones inferiores a diez mil ejemplares.

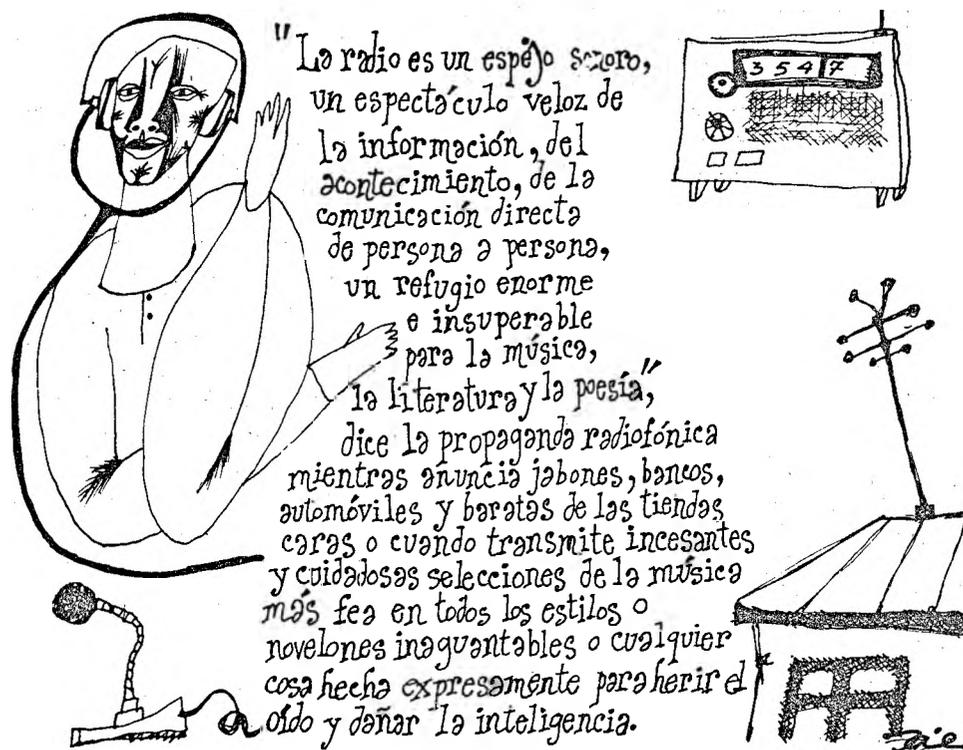
Un estudio privado de la International Research and Associates establece, por lo que toca a los mecanismos de distribución, que en 1965 y en la ciudad de México, el 57 por ciento de los diarios se compran en la calle; el 32 por ciento se entregan por suscripción; el resto se obtiene por otros medios. De ese mismo estudio se desprende que una de cada cinco familias está suscrita por lo menos a un periódico. Como es lógico, los suscriptores son más abundantes en la clase alta: dos tercios de las familias de ese estrato tienen suscripción periodística, mientras que en la clase media sólo el 26 por ciento de los adquirentes de diarios tienen suscripción. Sólo el 7 por ciento de los lectores de la clase baja recibe su diario por este sistema.

La misma investigación (que no incluye a *El Heraldo* ni a *El Sol de México*, aparecidos con posterioridad) informa que el 63 por ciento de la circulación de *Excelsior* se realiza por suscripciones; hecho que se da con el 50 por ciento de la de *El Universal*, el 48 por ciento de la del *Diario de la Tarde* (que utiliza el sistema de entregas pagaderas por semana, una modalidad de la suscripción) y el 30 por ciento de la de *Novedades*.

“La lucha por la circulación —dice una revista de negocios— es la que mantiene los precios de suscripción bajos.¹⁶ No obstante que esto es cierto, resulta todavía más barato adquirir directamente los ejemplares, por más que el sistema de suscripción implique la comodidad de tener el diario en casa y la posibilidad de obtener premios en los sorteos que los periódicos —a disgusto de los dirigentes de algunos de ellos— se ven forzados a ofrecer como adevhalá, y que encarecen los costos de la distribución.

Ésta se realiza por los canales propios de los diarios

o a través de revendedores al mayoreo y al detalle. En la ciudad de México opera desde 1944 la Unión de Voceadores y Expendedores de los periódicos de México, que constituye un virtual monopolio para la circulación de los impresos. Se ha establecido así un sistema de intermediación comercial que, unido a las bajas circulaciones, hace que los editores normalmente resientan pérdidas en la venta de su producto, considerado como mero artículo industrial. Los distribuidores constituyen también un eventual grupo de presión, pues pueden frenar o promover la difusión de los periódicos.



¹⁶ Julio Scherer García. *Seminario sobre la revolución en los medios de la comunicación*, p. 142.