

Het is onze bedoeling om in dit artikel een bondig overzicht te bieden van de dagbladers in Mexico. Aangezien massamedia nooit los kunnen beschouwd worden van de historisch gegroeide sociaal-economische en politieke structuren waarin ze functioneren enerzijds, ze in Mexico daarbij een sleutelpositie bekleden in het ideologisch rechtvaardigen van het aan de macht zijnde regime, en we daarenboven veronderstellen dat de meeste lezers niet met de Mexicaanse maatschappij vertrouwd zijn, sommen we eerst, bij wijze van kennismaking, de meest in het oog springende aspecten van het Mexicaanse maatschappelijke systeem op. Deze inleiding is gebaseerd op een door ons reeds elders gepubliceerd artikel (1). Pas daarna gaan we dieper in op de ontwikkeling, structuur en producten van de Mexicaanse pers.

de dagbladers in mexico

jan servaes

I. BIJ WIJZE VAN INLEIDING

Mexico is een semi-geïndustrialiseerd ontwikkelingsland, met een zogenaamde "gemengde" economie. Naast binnen- en buitenlands (voornamelijk Noordamerikaans) privékapitaal, wordt ook door de staat geïnvesteerd.

Op sociaal vlak stelt men een grote ongelijkheid vast tussen de rijke en op het Westers consumptiepatroon gerichte middenklasse, die samen zo'n 20 % van de bevolking uitmaakt, en de overgrote meerderheid boeren, arbeiders, werk- en landlozen. Deze kloof vergroot in plaats van af te nemen.

Het gehele systeem wordt netjes bij elkaar gehouden en gecontroleerd door de PRI-partij. Deze *Partido Revolucionario Institucional* heeft al vijftig jaar lang de politieke, ideologische (waaronder de massamedia) en sommige economische touwtjes in handen.

Laten we dit alles eens van nabij bekijken :

1. De Uitvoerende macht is omnipotent ; de Wetgevende en Rechterlijke macht dienen slechts de door de president (en PRI) opgestelde besluiten uit te voeren, toe te passen en te legaliseren. De Wetgevende macht tekent nooit verzet aan, voert nooit een noemenswaardige oppositie. Ze bekrachtigt unaniem en met handgeklap, of minstens met een ruime meerderheid, de door de Uitvoerende macht ingediende wetten. Dit hoeft niemand te verwonderen want de quasi-totaliteit van de parlementszetels wordt door PRI-leden bezet. In dit één-partij-systeem kan men nauwelijks van

een georganiseerde oppositie gewagen. Sinds mei 1978 worden andere partijen weliswaar toegelaten ; maar terzelfdertijd is de kieswet op zodanige wijze veranderd dat de PRI nog altijd van tenminste tweederde der parlementszetels verzekerd blijft.

Hetzelfde kan gezegd van de Rechterlijke macht en de politie. Hun taak bestaat er in de macht van de Uitvoerende macht te "stabiliseren". Daarbij dient nog aangevoegd dat het hele systeem van hoog tot laag (in die volgorde) zo bureaucratisch en corrupt in elkaar zit - de corruptie slorpt jaarlijks 1 % van het Bruto Nationaal Produkt op - dat o.i. enkel structurele en fundamentele hervormingen nog een uitkomst kunnen bieden.

In theorie bestaat de PRI-partij uit een boeren-, arbeiders- en middengroepenvleugel. In realiteit vormt de middenklasse het kader van de partij. Deze is goede vriendjes met leger en binnen- en buitenlands kapitaal, die -volgens de meeste politieke waarnemers- de PRI van achter de schermen controleren en het status-quo zo nodig gewelddadig in stand houden.

2. Mexico kent dus een "gemengde" economie. Staatsbedrijven controleren o.a. een deel van de productie en distributie binnen de genationaliseerde energiesector (vb. elektriciteit, gas en petroleum), de mijnbouw, communicatie- en transportsystemen (vb. telefoon), de textiel- en voedingsector, de productie van papier, en de film- en televisie-industrie.

Met een negatieve handelsbalans (in de periode 1965-1970 werd een gecumu-

leerd totaal van 3012 miljoen dollar genoteerd) en een deficitaire begroting (die gedurende dezelfde periode een verlies van 2370 miljoen dollar boekte) wordt Mexico steeds afhankelijker van buitenlands, meer specifiek Noordamerikaans, kapitaal. De Mexicaanse econoom José Luis Ceceña becijferde dat van de 500 belangrijkste bedrijven er 24 % op directe wijze in handen van buitenlandse transnationals waren, 54,8 % van de staat, en 35,9 % van Mexicaans privékapitaal. De indirecte participatie is omwille van de zogenaamde "mexicanisatie-wetten", waarbij minstens 51 % der aandelen op naam van Mexicaanse staatsburgers dienen te staan, moeilijker te achterhalen. Men becijferde dat in de periode 1965-1970 alleen al 35 % van de staatsinterventies door buitenlandse ondernemingen of banken gefinancierd werden (2).

Daarenboven is Mexico, na Brazilië, het land met de grootste schuldenlast van Latijns-Amerika. De buitenlandse schuld steeg van 3,26 miljard dollar in 1970, tot 9,9 miljard dollar in 1974, 19,6 miljard in 1976, 22,9 miljard in 1977 en 26,2 miljard dollar in 1978. Momenteel wordt ze reeds op ruim 28 miljard dollar geraamd.

3. Indien we de sociale structuur onder de loep nemen, zien we zowel op cultureel, als op economisch en politiek vlak opvallende tegenstellingen. Met recht en reden kan men van een "interne uitbuiting" (3) spreken ; in die zin dat middenklasse en burgerij de rest van de bevolking exploiteren.

Cultureel gezien zijn er zowel linguïstische, educatieve als geografische ver-

schillen. Naast de officiële taal, het Spaans, worden er nog vele indiotalen - zoals het Maya, het Otomi of het Nahuatl - gesproken.

Volgens de volkstelling van 1970 was 25,8 % van de bevolking analfabeet. Daarnaast telde men zo'n 5 % semi-analfabeten. Slechts 2,03 % van de volwassen bevolking (van 30 jaar en ouder) had een diploma van hoger onderwijs op zak.

Ook het verschil tussen de stedelijke en landelijke cultuur is, zowel kwantitatief als kwalitatief, opmerkelijk. Alhoewel in 1977 nog 37 % van de bevolking op het platteland woonde, wordt de landelijke cultuur volledig gemarginaliseerd ten opzichte van de stedelijke. Daardoor komt de plattelandsbevolking, door haar contacten met de stedelijke (consumptie) cultuur, in een cultureel vacuüm terecht.

Met betrekking tot de economische ongelijkheid zien we dat in 1975 77 % van de bevolking slechts 38 % van het nationaal inkomen ontving, terwijl 2 % van de bevolking 32 % van het nationaal inkomen voor haar rekening nam. Tijdens het laatste in april 1979 gehouden Nationaal Congres van Economisten werd gezegd dat 50 % van de bevolking 16 %, en de 10 % armsten slechts 1 % van het nationaal inkomen ter beschikking hadden. Het verschil in levensstandaard is dan ook opvallend, en vergroot in plaats van af te nemen.

Net zoals de gehele en gedeeltelijke werkloosheid die in 1977 reeds 57 % van de totale beroepsbevolking trof, en jaarlijks met 16 % aangroeit.

O.a. ten gevolge van deze culturele en economische achteruitstelling is de inbreng van de lagere sociale groepen op politiek vlak uiterst beperkt. Afgezien van de zesjaarlijkse verkiezingen, waarvan de uitslag bij gebrek aan een georganiseerde oppositie van te voren reeds zo goed als vaststaat, bestaat er nog de (theoretische) mogelijkheid zich langs syndicale weg te uiten. Maar ook hier weer is de officiële vakbond in PRI-handen.

Het is met deze situatieschets in het achterhoofd dat de dagbladers in Mexico moet bestudeerd worden.

II. DE DAGBLADPERS IN MEXICO

Op het eerste gezicht zou men durven veronderstellen dat Mexico onder de persdruksels bedolven wordt. In 1970



bijna een eeuw



HET BELANG VAN LIMBURG

Herckenrodesingel 10, 3500 HASSELT - Tel. 011-25.09.11

telde men immers 1996, in 1975 nog 1485 geregistreerde kranten, weekbladen, tijdschriften en dies meer. Deze cijfers dienen echter sterk gerelativeerd te worden als men bedenkt dat hierin slechts 200 kranten en 288 "tijdschriften" begrepen zijn (4). Het is tot deze eerste groep, nl. de kranten, dat we ons in dit overzicht gaan beperken. Verder besteden we zijdelings enige aandacht aan de twee Mexicaanse nieuwsagentschappen: Notimex en Informex.

A. ONTWIKKELING

De Mexicaanse pers is van relatief recente oorsprong (5). De meeste nu nog verschijnende kranten werden na de Tweede Wereldoorlog opgericht, en zouden pas na 1960 een snelle groei kennen.

Het aantal geregistreerde kranten steeg van 173 titels in 1960, tot 199 in 1962 en 288 in 1967, viel terug tot 200 in 1970 (waaronder 179 ochtend- en 21 avondbladen) (6), maar steeg weer tot 256 in 1978.

De totale krantenoplage is in al die jaren evenwel niet meegegroeid. Die bleef relatief constant: in 1970 noteerde men een oplage van 7.699.090, in 1978 waren dit nog zo'n 7.500.000 exemplaren (op een totale bevolking van ruim 68 miljoen inwoners).

Tot de kranten met een nationale verspreiding worden gerekend:

El Día (62.000 exemplaren in 1972), *Excelsior* (148.242), *El Heraldo* (185.859), *El Nacional* (30.000), *Novedades* (127.548), *La Prensa* (185.361), *El Sol de México* (144.000), *El Universal* (127.548), *La Prensa* (139.242) (7) en *Uno Más Uno* (40.000 exemplaren in 1976). Met de geciteerde oplagecijfers dient voorzichtig omgeprongen te worden. Net zoals dat ook bij ons bij sommige kranten het geval is, «geven de meeste kranten een veel hogere oplage dan de werkelijke op» (8) (9).

Ook op geografisch gebied zijn er opmerkelijke verschillen merkbaar. Zo zijn alle kranten in grote steden gevestigd. Meer dan 80 steden hebben weliswaar een eigen krant, maar dat kan toch niet beletten dat de 32 in het federaal district van Mexico-stad uitgegeven dagbladen, waar 15 % van de bevolking geconcentreerd leeft, 40 % van de totale verspreide oplage voor hun rekening nemen.

Wanneer men daar de twee andere grootsteden, Guadalajara en Monterrey, bijtelt, bekomt men 56 %. Hieruit kan men, met Pablo González Casanova, afleiden dat de pers voornamelijk op de stedelijke bevolking gericht is: «Van de 8 miljoen families die er in 1964 in Mexico waren, hadden 4,2 miljoen een krant, terwijl 3,8 miljoen er geen lazen; d.i. 52,5 % tegen 47,5 %. Natuurlijk variëren deze verhoudingen naargelang de entiteit. In het federaal district van Mexico-Stad, dat in hoge mate verstedelijkt is, telt men gemiddeld 5 kranten per 3 families; in Campeche, Hidalgo, Oaxaca en Zacatecas (de landelijke en minder-ontwikkelde staten, JS) hebben daarentegen meer dan 90 % van de gezinnen geen dagblad» (10). Het lijkt ons echter fundamenteeler deze gegevens sociaal-economisch te analyseren. Dan zien we dat de streken met geen of weinig kranten ook de economisch achtergebleven gewesten zijn enerzijds (11), en dat anderzijds voornamelijk de hogere en middenlagen van de bevolking - die in de grootsteden wonen - kranten lezen (12).

B. PERSSTRUCTUUR

1. De dagbladconcentratie

Uit een in 1970 in 32 landen uitgevoerd onderzoek naar de dagbladconcentratie in de wereld bleek dat er meer concentratietendensen waren vast te stellen in ontwikkelingslanden dan in ontwikkelde staten. Verder wees de studie uit dat Mexico, afgezien van Pakistan, het ontwikkelingsland met de kleinste graad van concentratie was (13). Dergelijke conclusie pleit in elk geval niet voor de andere ontwikkelingslanden, vooral als men bedenkt dat de concentratievorming ook in Mexico grote afmetingen aanneemt.

In 1970 telde men nog een elftal kleine dagbladketens, elk in het bezit van 2 tot 4 dagbladen. Maar deze kleintjes waren samen slechts goed voor 11,4 % van de totale dagbladoplage.

Van de 75 steden met een eigen (plaatselijke of gewestelijke) krant telde men 16 (of 21,3 %) steden met een monopolieketen, en 26 (of 34,7 %) steden hadden slechts één krant (14).

Twee dagbladketens torenen boven alle andere uit: de *Organización Editorial Mexicana* en de *Cardena Romulo O'Farrill*.

a) *Organización Editorial Mexicana*

De vroegere *Cardena Garcla Valseca*-keten, eigendom van kolonel Garcla Valseca, veranderde recentelijk haar naam in *Organización Editorial Mexicana*. Het is de grootste persketen in Mexico én in de spaanssprekende wereld.

In 1970 telde ze 31 kranten, in 1973 34 dagbladen en 3 sportweekbladen. Deze 37 kranten werden in 22 steden, verspreid over 15 staten uitgegeven. Samen totaliseerden ze een oplage van 1.311.419 exemplaren, d.i. 28,8 % van de totale oplage van de Mexicaanse pers.

Tot de belangrijkste kranten van de groep kunnen het sportdagblad *Esto* (met zijn 246.800 exemplaren in 1970 de hoogste oplage van México) en de plaatselijke edities van de *El Sol*-groep (*El Sol de México*, *El Sol de Toluca*, enz.) genoemd (15).

Naast deze krantengroep (die onder de naam van *Editorial Panamericana* of *Periodicos de los Estados* uitgeeft), bezit Valseca ook aanzienlijke belangen in veeveeltbedrijven, hotelindustrie en een rijwielfabriek.

Valseca is een gewezen militair, niet alleen van beroep maar ook qua ideeën. In zijn kranten wordt dan ook een conservatieve en autoritaire visie bepleit; in die zin vormen ze een trouwe steunpilaar van regering en PRI. «De regering en ik hebben dezelfde filosofie, we zijn vrienden», verklaarde hij aan Richard Cole (16). In 1972 werd de Mexicaanse overheid via de *Sociedad Mexicana de Crédito Industrial* (Somex) de voornaamste aandeelhouder in de keten. Dit tengevolge van een niet afgeloste schuld van 12 miljoen dollar bij de *Nacional Financiera*. Over deze transactie werd van officiële zijde met geen woord gerept. Volgens Daniel Cosío Villegas (17), een vooraanstaand criticus van het PRI-systeem, was dit nogal voor de hand liggend. De ideologie van de krantengroep was en is reeds geruime tijd regeringsgezind; door het niet openlijk etaleren van de ware machthebbers kan de groep nog steeds van dezelfde (financiële) voordelen genieten als de rest van de privé-pers (cfr. infra).

b) *Cardena Romulo O'Farrill*

De op één na grootste dagbladcombinatie is de *O'Farrill*-keten, die in 1974 8 kranten of 6,4 % van de totale oplage voor haar rekening nam.

Romulo O'Farrill was een succesvol zakenman met aanzienlijke belangen in de ijzer-, staal-, textiel- en auto-industrie. (Hij is bijvoorbeeld alleenverkoper van Volkswagen en General Motors in Mexico.) Pas in 1948 begon hij zich ook voor de massamedia te interesseren. Toen werd hij namelijk de vierde aandeelhouder van *Publicaciones Herrerias*, waarvan de koploper *Novedades* was, het tweede grootste dagblad van Mexico-Stad (122.697 exemplaren in 1973). *Publicaciones Herrerias* werd in 1946 opgericht door een groep zakenlui aangevoerd door Jorge Pasquel, een persoonlijke vriend van de latere president Miguel Alemán. Hoeft het dan te verwonderen dat *Novedades* een belangrijke rol gespeeld heeft in de prestigieuze verkiezingscampagne van diezelfde Alemán?

Onder O'Farrills leiding zag in 1950 het Engelstalige dagblad *The News* (24.115 exemplaren in 1973) het licht. Spoedig zouden ook het vrouwenblad *Claudia* (oplage: 119.236) en het voor Mexicaanse maatstaven "kritische" maandblad *Contenido* (oplage: 130.812) volgen. Toen kreeg O'Farrill de communicatiemicrobe pas goed te pakken, en begon hij ook in andere media te investeren. Momenteel bezit hij een radio-station, *La Voz de México*, en is hij lid van de *Azcárraga*-clan, waarvan ook ex-president Alemán deel uitmaakt. Samen hebben ze de grootste televisieketen van Mexico, *Televisa*, in handen.

«De O'Farrill-familie kan de meest invloedrijke privé-eigenaar van het Mexicaanse mediasysteem genoemd worden», besluit Richard Cole (18).

Naast deze twee supers, zijn er nog een aantal kleinere persbedrijven, die een korte vermelding verdienen:

a) Zo is er de familie *Ortiz Garza* en *Gabriël Alarcán*, die *El Universal* (Compañía Periodística Nacional) en *El Herald* (Editora Alarcán) bezitten. Beide kranten hebben een nationale uitstraling. Daarnaast bezit deze familie nog belangrijke participaties in binnen- en buitenlands kapitaal, inzonderheid in het bankwezen en de grootindustrie.

b) Een hoofdstuk apart vormt de *Excélsior*-affaire. Het dagblad *Excélsior*, uitgegeven door de *Compañía Editorial Excélsior* (19), is een van de oudste en meest gerenommeerde Mexicaanse kranten. Einde der zestiger, begin der zeventiger jaren was het blad, onder de

leiding van Julio Scherer García, uitgegroeid tot een "kwaliteitskrant". Het blad werd door vele deskundigen erg hoog aangeslagen (20). De pluralistische, onafhankelijke en kritische instelling ten opzichte van de nationale en internationale politiek, en de stijgende populariteit en oplage waren evenwel een doorn in het oog van de overheid. Zij zocht slechts een aanleiding om de volledige redactie, hoofdredacteur inclusief, op straat te gooien. In juli 1976 (21) was het dan zover. Sindsdien loopt *Excélsior* waar braaf in het door de PRI-geleide gareel (22).

De vroegere *Excélsior*-redactie ging echter niet bij de pakken zitten, maar stichtte vrijwel dadelijk het weekblad *Proceso*, dat onmiddellijk een oplage van 40.000 exemplaren haalde. De PRI had de reactie van de publieke opinie trouwens verkeerd beoordeeld. Deze reageerde, in tegenstelling tot vroegere gelijkaardige gebeurtenissen, erg verontwaardigd. De regering zag zich, bij monde van haar minister van Binnenlandse Zaken Jesus Reyes Heróles, dan ook verplicht om een ander kwaliteitsblad *Uno Más Uno* (Editorial Uno) toe te staan. Daarmee waren de gemeederen gesust, en haalde de PRI onrechtstreeks toch nog haar slag thuis. *Uno Más Uno* haalt immers slechts een oplage van 40.000 exemplaren; een peulschil vergeleken met de 148.242 exemplaren van de vroegere *Excélsior*.

2. Een distributiemonopolie

Ook de distributiestructuur vormt een belangrijk onderdeel van de Mexicaanse pers. Uit een in 1965 uitgevoerd onderzoek (23) blijkt dat 65% van de in Mexico-Stad verspreide kranten los verkocht werden, 32% werden per postabonnement verdeeld, en de rest via andere wegen. (Uit dezelfde studie kan men afleiden dat één op vijf families minstens één dagblad lezen. Vanzelfsprekend zal men de meerderheid van deze lezers in de hogere sociale milieus terugvinden.)

De losse verkoop is dus van primordiaal belang voor de rentabiliteit van de krant. Nu is deze distributievorm sinds 1944 in handen van een semi-monopolie, de *Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México*, die de krant «als een louter industrieel produkt beschouwt» en er niet voor terugschrikt om als «pressiegroep op te treden, m.a.w. ze kan de verspreiding van be-

paalde bladen afremmen of propagere» (24). Dat ze dat niet alleen "kunnen", maar ook effectief "doen", hebben we zelf profondervindelijk vastgesteld. Op bepaalde dagen zijn kritische bladen als *Uno Más Uno*, *Proceso*, en de striptijdschriften *Los Agachados* en *Supermachos* niet in de krantenkiosken te vinden; niet in het federaal district van Mexico-Stad, en evenmin in andere streken van het land. Door de krantendirecties worden daarom pogingen in het werk gesteld om het abonneebestand op te drijven (25). Tot nog toe zonder veel resultaat.

3. De overheidsinmenging

Alhoewel de persmedia (schijnbaar) in privé-handen zijn, is de invloed van overheid en PRI zeer groot:

a) Ten eerste is de pers voor papiervoorziening afhankelijk van een staatsbedrijf, nl. het in 1935 opgerichte *Productora e Importadora de Papel S.A.* (Pipsa), dat met zijn 51% overheidsaandelen onder de directie van het *Secretaría de Industria y Comercio* valt. Het oprichtingsdecreet, dat voor een periode van 30 jaar geldig was, werd in 1966 onder het bewind van president Díaz Ordaz voor eenzelfde termijn verlengd.

«Met de oprichting van deze naamloze vennootschap was de afhankelijkheidsrelatie tussen de pers en het bureaucratisch apparaat een feit, al moet terzelfdertijd signaleerd worden dat de dagbladen hun papier aan een lagere kostprijs krijgen» (26). In 1971 werden alzo 168.480 kubieke ton (3,1 kg per persoon), waarvan 37.945 kubieke ton in Mexico geproduceerd, krantenpapier verbruikt. De voornaamste buitenlandse leveranciers zijn de Verenigde Staten en Canada (27).

b) Ook dienen alle publikaties te voldoen aan de voorwaarden en bepalingen die in de *Ley de Imprenta* uitgewerkt zijn. Op die manier heeft de regering - ondanks de wettelijk gewaarborgde persvrijheid (artikels 6 en 7 van de grondwet van 1917 (28) - voldoende slagen achter de hand.

Bijvoorbeeld tegen de *desacato*. Hiermee wordt het gebrek aan eerbied voor het gezag bedoeld; een equivalent voor onze "belediging van een bevriend staatshoofd" of "het in gevaar brengen van de openbare orde en de goede zeden". Volgens Regina Jiménez de Ot-

talengo vallen volgend punten *niet* onder de grondwettelijk gewaarborgde persvrijheid : (a) aanvallen op het privéleven van een persoon, (b) aanvallen op de publieke zeden, (c) aanvallen op de openbare orde, en (d) aanvallen op de openbare vrede (29). Op zich lijken deze beperkingen volkomen redelijk ; maar met een beetje fantasie, en die is in Mexico ruim voorhanden, kan elke de regering niet welgevallige uitlating als een "desacato" geïnterpreteerd worden. Harde perskritiek op de president of het regeringsbeleid komt dan ook niet voor. «Eerder dan een overheidscontrole op de pers, is er een niet te misskennen autocensuur (...) De kranten weten "hoever ze kunnen gaan"» (30). Dit doet er Richard Cole toe besluiten dat «alhoewel de persvrijheid in algemene termen in de grondwet gestipuleerd is, kunnen en hebben specifieke wetten deze vrijheid beperkt. In de realiteit is de mate van persvrijheid in de twintigste eeuw evenzeer bepaald geworden door de aan de macht zijnde president, als door de grondwet, of eerder welk document» (31).

c) Ook moet elke uitgave geregistreerd en geautoriseerd zijn door de *Dirección de Derechos de Autor*, die afhangt van het *Secretaría de Educación Pública*.

(ADVERTENTIE)

d) Daarbij financiert de overheid de dagbladen door ruimte te kopen voor nieuws (cfr. infra), foto's en reclame voor staatsbedrijven (als bijvoorbeeld de vliegtuigmaatschappij Aero México of de Lotería Nacional). In 1964 werd de overheidsreclame op 20 tot 30 % van de totale reclame-inkomsten van een krant geschat. Volgens ingewijden ligt dit cijfer momenteel heel wat hoger.

Ook genieten de kranten van indirecte staatssteun dankzij gunstige post- en telefoontarieven.

e) Maar de overheid participeert niet alleen op onrechtstreekse wijze ; door het betalen van bevriende journalisten en "broodschrijvers" beïnvloedt ze ook op directe wijze de informatieverzorging. Het totaal bedrag dat door regering en PRI jaarlijks voor dergelijke vormen van rechtstreekse beïnvloeding uitgegeven wordt, varieert naargelang de bron van 500 miljoen pesos (1 peso is ongeveer 1,5 Bfr.) tot 2500 miljoen pesos (32).

f) Verder leent de overheid via de *Nacional Financiera* geld aan de kranten voor de aankoop van drukmachines, krantenpapier, het aflossen van schulden, het uitbetalen van het personeel e.d. Naast het reeds genoemde voor-

beeld van de García Valseca-keten, is ook het dagblad *El Universal* op die manier voor 20 % in overheidshanden geraakt.

Ook mag men niet over het hoofd zien dat regering en PRI door middel van hun controle over vakbonden en journalistenverenigingen nog een voet tussen de deur hebben.

h) Daarenboven bezit de overheid op directe wijze het dagblad *El Nacional*. Dit blad staat met zijn oplage van 30.000 exemplaren als officieel orgaan van de regering, of -juister- van de PRI bekend. «Vandaag de dag is het een voorvoerder van het bureaucratisch apparaat, en men kan het best situeren onder de door Becerra Acosta (hoofdredacteur van *Uno Más Uno*, JS) genoemde "kranten zonder lezers"» (33)

i) Tenslotte zijn de kranten voor hun nieuwsgaring, afgezien van de internationale nieuwsagentschappen, van twee door de Mexicaanse overheid gecontroleerde nieuwsagentschappen afhankelijk. Hierop komen we in het volgende punt terug.

4. De Mexicaanse nieuwsagentschappen



Een complete gamma ultra-moderne toestellen, ontworpen voor uw vrije tijd en uw comfort. Een niet te vergelijken prijs voor z'n kwaliteit. Een verzekerde naverkoop-dienst en waarborg over de gehele wereld.

PHILIPS

H 14

Naast de twee Noordamerikaanse wereldnieuwsagentschappen UPI en AP, het Franse AFP en het Britse Latin-Reuters, zijn in Mexico ook een aantal kleinere internationale persagentschappen, zoals het Spaanse EFE en het "alternatieve" IPS, actief. Hun werking verschilt in niets van deze in andere landen (34).

Wij interesseren ons hier vooral voor de twee Mexicaanse nieuwsagentschappen: *Informex* en *Notimex*. In 1968 werd een derde agentschap opgericht, het *Agencia Mexicana de Noticias* (Amex). De oprichters van Amex waren «politici met presidentiële aspiraties. Het verdween toen de politieke groep die het ondersteunde de macht verloor» (35).

a) *Informex* werd in 1958 onder de naam van *Agencia Mexicana de Noticias* door een groep advocaten als naamloze vennootschap opgericht. In 1963 veranderde het van naam. Als *Informex* steunde het de kandidatuur van de latere president Adolfo López Mateos. Momenteel is *Informex* in handen van Pemex, het staatsbedrijf belast met de oliewinning.

Naast zijn binnenlandse nieuwsgaring is het aangesloten op de internationale agentschappen AFP, UPI, AP, TASS, het Joegoslavische Tanjug, het Oostduitse ADN en Westduitse DPA, en het Italiaanse ANSA. Onder de ongeveer 200 afnemers van *Informex*-berichten telt men 40 % kranten, 50 % radio- en 10 % televisiestations. Dagelijks seint *Informex* ongeveer 23.500 woorden nationaal en plaatselijk nieuws en 3000 woorden buitenlandse informatie door. Ook verzorgt het achtergrond-items voor radio en TV. De doorseining gebeurt via radio, telegraaf, telefoon, microgolf, luchtpost en telex.

b) Het andere nationale nieuwsagentschap, *Notimex*, kwam in 1970 tot stand. Ook *Notimex* had een duidelijk politiek objectief: de verkiezing van Luis Echeverría tot president veilig stellen. Alhoewel het een privé-bedrijf is, wordt *Notimex* door een politieke belangengroep binnen de PRI geleid. Haar informatie wordt vooral door een zeventigtal radiostations in het land en de XEB-keten in de hoofdstad, door de 5 belangrijkste TV-stations in Tijuana, Monterrey, Veracruz, Mérida en Mexico, en door 105 kranten afgenomen. *Notimex* specialiseert zich in het verzorgen van audiovisuele nieuwsberichten. De

doorseining geschiedt door middel van telex, radio, telefoon en televisie.

c) Vervolgens zijn er nog enkele kleine, alternatieve agentschapsjes waarvan het bekendste het in economische en religieuze berichtgeving gespecialiseerde *Cencos* is. Hun reikwijdte is uiterst beperkt; enkel de progressieve bladen en kritische journalisten maken af en toe van hun informatie gebruik.

Daarom lijkt de eindconclusie van Regina Jiménez de Ottalengo ons volledig terecht: «De Mexicaanse nieuwsagentschappen dienen politieke belangen, daarvoor zijn ze opgericht. Ze bestaan slechts zolang de hen ondersteunende groepen aan de macht zijn» (36).

C. PRODUKTANALYSE

1. De journalistieke "deontologie"

Zoals uit bovenstaande reeds kan afgeleid worden, brandt de journalistieke deontologie in Mexico op een laag pitje. Alles en (bijna) iedereen is er met geld te koop. Daarvoor zijn enerzijds de gebrekkige professionele opleiding en onderbetaling der journalisten (37), anderzijds en voornamelijk het bureaucratische systeem verantwoordelijk.

Naar de vorm kan men twee mechanismen onderscheiden:

a) De *gacetillas*: dit zijn de door adverteerders (overheid of privé-bedrijven) opgekochte redactionele ruimten in dagbladen. Je kan het een vorm van "sluikreclame" noemen. Alhoewel: in Mexico worden de tarieven voor deze *gacetillas* zelfs in de officiële mediajaarboeken, zoals de *Medios Publicitarios Mexicanos*, afgedrukt. In 1973 kostte de opname van een dergelijke als reclame betaalde (redactionele) tekst in *Novedades* 11 pesos per lijn, in *Excelsior* 26 pesos. Het systeem kent zo'n wijde verpreiding dat zelfs de titels op de frontpagina te koop zijn (38).

b) *Iguala* is de naam voor de journalist of redacteur die voor een story of bericht door de nieuwsbron of opdrachtgever betaald wordt. In zakenkringen worden dergelijke bedragen geen "smeergeld" maar public relations-uitgaven genoemd. In 1969 bedroeg de gemiddelde fooi voor een *iguala* 750 pesos, soms 1000 pesos per maand (39). Afgaande op de door Anguiana en Martí (cfr. supra) (40) genoemde cijfers, en ons basierend

op gesprekken met informanten, liggen de "lonen" nu heel wat hoger.

Met deze gegevens voor ogen, wekt volgende (cryptische) uitspraak niet de minste verbazing meer: «Er dient opgemerkt dat er in vele gevallen grote tegenstellingen bestaan tussen de artikels op de voorpagina en de hoofdartikels in dezelfde krant» (41). Zelfs de artikels en titels van de frontpagina kunnen immers voor een zacht prijsje "gekocht" worden.

In Mexico zijn dergelijke feiten algemeen bekend; alleen de dagbladen *El Día* en *Uno Más Uno* werden nog als min of meer "betrouwbaar" beschouwd. Sinds uitgelekt is dat ook de directeur van *El Día* banden, met de PRI heeft, blijft nog slechts *Uno Más Uno* als geloofwaardige krant over (42).

2. De reclame-inkomsten

De hoger genoemde vormen van betaalde sluikreclame buiten beschouwing gelaten, nemen ook de voor eenieder zichtbare advertenties een belangrijke plaats in de Mexicaanse kranten in. Deze vormen immers, waar ook in de (kapitalistische) wereld, de voornaamste bron van inkomsten. Mexico vormt hierop geen uitzondering. Onderzoeken noemen cijfers gaande van 50 % (43), over 38,5 % bij het op dat moment gezaghebbende dagblad *Excelsior* (44), tot 28 % (45) van de totale krantenoppervlakte die voorbehouden zijn voor reclameteksten (46). De adverteerders zijn vooral grootwarenhuizen en kledingszaken, producenten van luxe-artikelen (vb. horloges, elektrische apparaten), amusementsgelegenheden (vb. filmzalen) en overheidsinstellingen.

3. De informatiebronnen

De meeste kranten betrekken hun nieuws van drie soorten informatiebronnen. In de eerste plaats zijn dit inzake buitenlandse berichtgeving de Noordamerikaanse nieuwsagentschappen UPI en AP, in mindere mate het Spaanse EFE, het Franse AFP en het Britse Latin-Reuters; voor het nationale nieuws doen ze een beroep op de staatsagentschappen *Notimex* en *Informex* (47).

Verder maken de kranten gebruik van de door de *Dirección de Prensa, Radio y Difusión* van het *Secretaría de la Presidencia* verspreide informatiebulletins,

regeringscommuniqués en persmededelingen. Volgens Aguilar Plata nemen hogergenoemde vormen van nieuwsgaring 90 % van de redactionele oppervlakte in beslag (48).

Pas in derde instantie gebeurt de nieuwsgaring door de eigen redactie, reporters, correspondenten en medewerkers (49).

4. De vormgeving

De lay-out, opmaak en illustraties van de meeste kranten is erg sensationeel: grote koppen en veel (kleuren)fotos. In de meeste gevallen staan de fotos niet in verband met de teksten. Ofwel betreft het sensationele onderwerpen (moorden of ongevallen waarbij men er niet voor terugdeinst bloederige kleuren-fotos van verminkte lichamen af te drukken), ofwel de dagelijkse portie sex (de meeste kranten brengen dagelijks een of andere, liefst blonde, en gewoonlijk gewaagd geklede of ontklede "schoonheid").

Omdat de reclame de belangrijkste inkomstenbron is, worden de beste plaatsen voor advertenties voorbehouden. De opengebleven ruimten worden met redactionele tekst opgevuld.

5. Een inhoudsanalyse

Voor het eerste deel van deze paragraaf hebben we ons gebaseerd op de twee enige ons bekende grondige inhoudsanalyses van de Mexicaanse dagbladpers: de studie van Aguilar Plata (50) maakt een vergelijkende analyse tussen alle nationale kranten (behalve *Uno Más Uno*), terwijl het onderzoek van Jiménez de Ottalengo zich tot het dagblad *Excelsior* beperkt (51).

De meer ideologisch gerichte evaluatie (punt d) van de nationale pers ontleen we aan Fernández Christlieb (52) en vooral aan het door de directeur van de Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen van de UNAM-universiteit, Del Río Reynaga, ten behoeve van buitenlandse universiteiten opgesteld overzicht van de massamedia in Mexico (53).

a) Een eerste vaststelling is dat alle dagbladen, afgezien van *El Día* (en *Uno Más Uno* die niet onderzocht is), zowel in hun feiten, duiding als hoofdartikels voorrang verlenen aan binnenlandse boven internationale berichten. Op nationaal vlak wordt daarenboven voornamelijk lokaal en regionaal nieuws be-

klemtoond. Volgens het Unescorapport (54) nam het lokale nieuws 40 %, het nationale 20 %, de buitenlandse berichtgeving 10 % en de reclame 28 % van de krantenoppervlakte in beslag.

Op binnenlands gebied is het daarbij opvallend dat deze "nationale" kranten weinig of geen informatie uit de provincie opnemen. De quasi-totaliteit van het nationale nieuws heeft betrekking op gebeurtenissen en problemen in het federaal district van Mexico-Stad.

b) Op buitenlands vlak is eenzelfde "centralisme" vast te stellen. Hier overheersen berichten over de Verenigde Staten; in tweede instantie wordt over Europa gepraat (voornamelijk i.v.m. internationale economische problemen); vanuit Azië komt enkel nieuws over gewapende conflicten of over Japan, terwijl zelfs in de Latijns-Amerikaanse berichtgeving de voorkeur naar oorlogen en natuurrampen uitgaat. Over Afrika of Oceanië verneemt de Mexicaanse lezer haast nooit wat.

Aan deze overbeklemtoning van voornamelijk Noordamerikaanse informatie is de politiek van de wereldnieuwsagentschappen natuurlijk niet vreemd.

c) Een derde vaststelling is dat de lezers volledig in de kou komen te staan; zij worden nergens direct bij "hun" krant betrokken. Een constatacie die trouwens voor de meeste kranten, waar ook ter wereld, opgaat. Bij *Excelsior* bijvoorbeeld bedroeg het percentage lezersbrieven nauwelijks 2,3 % van de totale oppervlakte.

d) Tot slot geven we, in alfabetische volgorde, nog een korte ideologische situering van de 9 nationale kranten: *El Día* wordt, samen met *Uno Más Uno*, tot de "objectieve" bladen gerekend. Op buitenlands vlak stelt men zich, vooral tegenover de Verenigde Staten, anti-imperialistisch op, en besteedt men veel aandacht aan de sociaal-democratie. Op nationaal vlak neigt men naar een gereserveerde, maar op crisismomenten niet te miskennen PRI-visie.

Excelsior werd tot 1976 omwille van zijn kritische, pluralistische en onafhankelijke visie, zowel met betrekking tot nationale als internationale evenementen, geroemd. Na de ideologische machtsgreep door de overheid is het blad op een voor haar beschamend niveau teruggevallen, en laat het nog slechts sporadisch op de opiniebladzijden iets van zijn oude glorie zien.

El Heraldo de México is het «anti-communistische blad van de rechterzijde» dat vooral onder de middenklasse veel aanhangers telt.

El Nacional is het officieel orgaan van de PRI, waarin tevens de officiële regeringsstandpunten zijn terug te vinden. *Novedades* heeft een doorslaggevende rol gespeeld bij het aan de macht komen van president Aléman. Sindsdien treedt het blad nog regelmatig als spreekbuis van de invloedrijke Aléman-clan op.

La Prensa is de populairste en terzelfdertijd sensationeelste nationale krant, die geen slecht woord van het regeringsbeleid wil gezegd hebben.

El Sol de México is hevig anti-communistisch, pro-imperialistisch (de krant is de Noordamerikaanse politiek ten opzichte van Latijns-Amerika zeer genegen) en goede maatjes met regering en PRI.

El Universal poogt zowel links als rechts te vriend te houden. Naast kritische artikels, waarin openlijk met het socialisme gekoketteerd wordt, vindt men er ook uitgesproken reactionaire en kapitalistische visies in terug.

Uno Más Uno, tenslotte, is in oplage de kleinste, inhoudelijk de meest kritische en kwalitatief de beste krant. Zonder zich ideologisch voor een partij of machtsblok uit te spreken, dragen alle artikels een niet-dogmatisch socialistisch stempel. De krant verliest hierbij evenwel haar hoofdfunctie, nl. informatie verschaffen, geenszins uit het oog.

III. BESLUIT

Massamedia kunnen niet los gezien worden van de maatschappelijke realiteit waarin ze optreden. Deze algemene vaststelling geldt in uitzonderlijke mate voor de Mexicaanse perssituatie.

De persbedrijven aldaar, die op het eerste gezicht in privé-handen zijn, staan politiek-ideologisch ten dienste van een bureaucratisch één-partij-systeem, dat zichzelf weliswaar in een sociaal kleedje poogt te hullen, maar in feite alles in het werk stelt om de belangen van middenklassen en (nationaal en buitenlands) kapitaal veilig te stellen. Daarvoor doet het een beroep op economische, (semi-)legale, politieke en ideologische middelen.

Het dagblad is op de eerste plaats een economisch produkt dat winst moet opleveren. Ook in Mexico vormen directe en sluikreclame de belangrijkste

inkomstenbron van een krant. Door een sensationele aanpak wordt de verkoopbaarheid daarenboven nog verhoogd. Inhoudelijk krijgt vooral het regionale, uit de hoofdstad afkomstige fait-divers de aandacht. Op internationaal gebied merkt men een overbeklemtoning van Noordamerikaanse items. Ideologisch gezien kunnen de meeste kranten - enkele uitzonderingen niet te na genomen - tot de "rechterzijde" gerekend worden. Daarmee beantwoorden ze volledig aan de verlangens van hun lezerspubliek, dat voornamelijk uit stedelijke middenklasse en burgerij bestaat.

Voetnoten

- (1) J. SERVAES, «Mexico: een land van sociale ongelijkheid», in *Tijdschrift voor Diplomatie*, jg. 5, nr. 9, mei 1979, p. 643-660
- (2) J. L. CECENA, *México en la órbita imperial*, Ed. El Caballito, México, 1970
- (3) Voor een theoretische uitbreiding van het begrip "interne uitbuiting", zie O. SUNKEL, *Capitalismo transnacional y desintegración nacional en América Latina*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1972
- (4) X, *World Communications*, Unesco, Paris, 1975, p. 176
- (5) Voor een historisch overzicht verwijzen we naar: M. Velasco Valdes, *Historia del periodismo mexicano*, México, 1955; of J. DEL RIO REYNAGA, «Anotaciones sobre los medios de información en México», in *Revista Mexicana de Ciencia Política*, jg. 18, nr. 69, julio-septiembre 1972
- (6) Een opsomming van alle in Mexico uitgegeven kranten, met de plaats van uitgave, stichtingsdatum en oplage, vindt men bij R. JIMENEZ DE OTTALENGO, «Un periódico mexicano, su situación social y sus fuentes de información», in *Revista Mexicana de Sociología*, jg. 36, nr. 4, octubre-diciembre 1974, p. 779-788
- (7) R. JIMENEZ-OTTALENGO, «El perfil de los medios de difusión masiva en México», in *Revista Mexicana de Sociología*, jg. 38, nr. 3, julio-septiembre 1976, p. 619
- (8) M.A. GRANADOS CHAPA, «Aproximación a la prensa mexicana», in *Revista Mexicana de Ciencia Política*, jg. 18, nr. 69, julio-septiembre 1972, p. 51
- (9) Ook de oplagecijfers die in het in onze contreien verkrijgbare *Le Journaliste Démocratique* staan afgedrukt zijn overdreven. Zie M. RUEDA PEÑA, «Notes sur la situation de la presse latino-américaine», in *Le Journaliste Démocratique*, nr. 7-8, 1978, p. 7
- (10) P. GONZALEZ CASANOVA, *La democracia en México*, Ed. Era, México, 1965, p. 87
- (11) Zie M.A. GRANADOS CHAPA, op.cit., p. 48 en r. JIMENEZ-OTTALENGO, op. cit., p. 618
- (12) DEL RIO REYNAGA, op. cit., p. 40 Volgens Padilla Aragón ligt er een rechtstreeks verband tussen industrialisatie en urbanisatie. In die zin kent Mexico een, geografisch beschouwd, onevenwichtig ontwikkelingspatroon. Zie P. PADILLA ARAGON, *México: desarrollo con pobreza*, Siglo XXI, México, 1974, p. 45-53

- (13) R.B. NIXON and T. HAHN, «Concentration of Press Ownership: A comparison of 32 countries», in *Journalism Quarterly*, jg. 48, spring 1971, p. 15-16
- (14) R.R. COLE, «The Mexican Press System: Aspects of Growth, Control and Ownership», in *Gazette*, vol. 21, nr. 2, 1975, p. 72
- (15) Voor een volledige lijst, zie R.R. COLE, op. cit., p. 76-77
- (16) *ibid.*, p. 75
- (17) D. COSIO VILLEGAS, *El sistema político mexicano*, Cuadernos de Joaquín Mortiz, México, 1978, p. 73-79
- (18) R.R. COLE, op. cit., p. 80
- (19) *De Compañía Editorial Excelsior* was een coöperatieve waar de arbeiders en journalisten de meerderheid der aandelen in handen hadden. Naast het dagblad *Excelsior* geeft men ook het sensatieblad *Ultimas Noticias* en het weekblad *Jueves de Excelsior* uit. Tevens publiceerde men via het Casa Excelsior een *Revista de Revistas* (oplage: 30.000 exemplaren).
- (20) Het komt bijvoorbeeld voor in de door Merrill opgestelde top-30 van elitekranten. Zie J.C. MERRILL, *The elite press*, Pitman Publishing Company, New York, 1968, p. 242
- (21) Voor een overzicht van de Excelsior-affaire, zie V. LENERO, *Los periodistas*, Joaquín Mortiz, México, 1978
- (22) Een analyse van het eerste jaar na de "machtsgreep" biedt V. LENERO, «Lo que ha ocurrido en Excelsior desde el 8 de julio de 1976», in *Proceso*, nr. 53, 7 de noviembre de 1977, p. 7-13
- (23) geciteerd door M.A. GRANADOS CHAPA, op. cit., p. 51-52
- (24) *ibid.*, p. 52
- (25) X, *Símbolo 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. 142
- (26) F. FERNANDEZ CHRISTLIEB, «La prensa en México», in M. BECERRA ACOSTA, F. CURIEL y o., *Prensa y radio en México*, UNAM, México, 1978, p. 23
- (27) A.M. GRANADOS CHAPA, op. cit., p. 50
- (28) Zie o.a. L. CASTANO, *Régimen legal de la prensa en México*, Ed. Porrúa, México, 1962; en J. PINTO MAZAL, «Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México», in *Revista Mexicana de Ciencia Política*, jg. 20, nr. 76, abril-junio 1974, p. 44-45
- (29) R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 770-771
- (30) A.M. GRANADOS CHAPA, op. cit., p. 49
- (31) R.R. COLE, op. cit., p. 67.
- (32) A. AYALA ANGUIANO y F. MARTI, «La "mordida", vergüenza de México», in *Contenido*, enero 1978, p. 46
- (33) F. FERNANDEZ CHRISTLIEB, op. cit., p. 20
- (34) «De nieuwsagentschappen van de arme landen kunnen onmogelijk met de grote wereldagentschappen als AP en UPI wedijveren.» R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 775
- De selectiviteit en subjectieve berichtgeving van deze wereldnieuwsagentschappen is alom bekend. Voor een analyse van UPI, het in Latijns-Amerika belangrijkste agentschap, m.b.t. het in Mexico afgesloten Verdrag van Tlatelolco (februari 1974) verwijzen we naar F. REYES MATTA, «America Latina, Kissinger y la UPI: errores y omisiones desde

- México», in *Comunicación y cultura*, nr. 4, 1975, p. 55-72
- (35) R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 775
- (36) *ibid.*
- (37) Voor een beknopte duiding van dit probleem verwijzen we naar J. GARGOUREVITCH, «Besoins de l'Amérique latine en matière de communication sociale et de formation des journalistes», in *Le Journaliste Démocratique*, nr. 10, 1978, p. 1-6
- (38) C. WILLIS, «Trenched press corruption challenges Mexican editor», in *Editor & publisher*, 3 July 1972, p. 14
- (39) R.R. COLE, op. cit., p. 71
- (40) A. AYALA ANGUIANO y F. MARTI, op. cit., p. 46-50
- (41) F. FERNANDEZ CHRISTLIEB, op. cit., p. 24
- (42) F. CABELL, «José Carreño: un sexenio en el (cuarto) poder», in *Punto Crítico*, nr. 2, febrero de 1972, p. 32; en R. TREJO DALARBRE, *La prensa marginal*, Ed. El Caballito, México, 1975, p. 20
- (43) A.M. GRANADOS CHAPA, op. cit., p. 51
- (44) R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 789
- (45) X, *World communications*, op. cit., p. 177
- (46) Hiermee slaat men nog niet zo'n mal figuur. Raymond Williams berekende nl. dat het percentage reclame in *The Times* 36 %, *The Guardian* 37 %, *Le Monde* 31 %, *Die Welt* 49 % en *La Stampa* eveneens 49 % bedroeg. R. WILLIAMS, *Communications*, Penguin Harmondsworth, 1976, p. 42.
- (47) B. AGUILAR PLATA, «Aproximación al estudio de la prensa diaria mexicana», in *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, jg. 23, nr. 86-87, octubre-marzo 1976-1977, p. 281
- (48) *ibid.*, p. 293-294
- (49) Voor meer bijzonderheden zie R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 772-776 en 790-797; en JIMENEZ-OTTALENGO, op. cit., p. 617
- (50) B. AGUILAR PLANTA, op. cit., p. 271-300
- (51) R. JIMENEZ DE OTTALENGO, op. cit., p. 767-806
- (52) F. FERNANDEZ CHRISTLIEB, op. cit., p. 19-28
- (53) J. DEL RIO REYNAGA, op. cit., p. 5-13
- (54) X, *World communications*, op. cit., p. 177

Adverteren in dit nummer :

Vergaelen uitgeverij	10
Het Belang van Limburg	18
Philips	21
Standaard Boekhandel	28
Delgay	30
Gemeentekrediet	36
Inelco	41
Kluwer	42