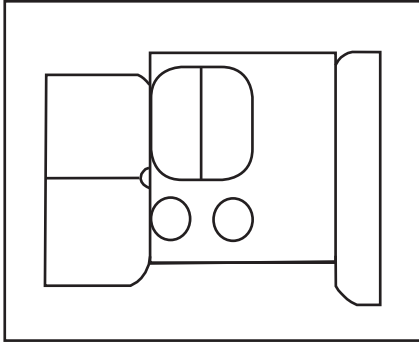


# EL PODER DE LA CULTURA EN LA TELEVISIÓN



**Raúl Cremoux\***

*El compromiso en la búsqueda de una nueva comunicación no debe significar llevar los valores y modelos de élite al pueblo, mucho menos imponer desde arriba una ideología, ni tampoco contraponer a la cultura de élite la cultura popular, lo cual se traduce en una recuperación acrítica de posturas ya desaparecidas y privadas de significado.*

*M. G. Lutzemberger y S. Bernardi*

\* Escritor, investigador, miembro del Departamento de Investigaciones Históricas del INAH.



# EL PODER DE LA CULTURA EN LA TELEVISIÓN

Cuando en abril de 1983 surge “la alegría cultural del Canal 8 de televisión”, el país cobra conciencia de que los empresarios mexicanos representan el único motor espiritual que puede salvar a la nación de una recurrente crisis de confiabilidad en las instituciones.

Al clamor cada día mayor por parte de la sociedad civil de contar con un auténtico difusor cultural, la empresa Televisa ofrece una respuesta clara, maciza y rotunda: basta ya de quejas infundadas y de críticas malsanas. El espacio recobrado es de una magnitud inconmensurable: académicos, investigadores, artistas, estudiantes y profesionistas olvidados por la constante trivialidad de los recursos baratos, las baladas repetidas y los partidos interminables de fútbol, vuelven sus ojos y esperanzas marchitas al nuevo canal.

La cultura tiene un nuevo mecenas y un perfecto asidero: La Secretaría de Chapultepec 18. Ahí no existe la burocracia ni el papeleo. Todos tienen lugar y alcanzan su propia dimensión dignificada; el mundo cósmico de Carl Sagan, los concursos memorísticos y largos encuentros con los Beatles; las mesas de contrapunto y las entrevistas a músicos y exbanqueros se van alternando con cápsulas informativas sobre la endocrinología del búfalo y el Ballet en dos tiempos. Incluso el formato comercial, con interrupciones sobre anticipos de programas o identificaciones del canal, es respetado celosamente. Con ello la fórmula mercantil adquiere sello de ejemplaridad y traza su estela en el contaminado mundo de la incapaz televisión oficial que, desde la permanente zaga, aguarda el momento de llegar a un acuerdo oficial que le permita observar imitativa y envidiosamente al nuevo espectáculo de la cultura nacional.

¿Qué generó la idea de tal canal cultural-comercial? ¿Cómo se gestó y a qué tipo de intereses responde?

Tratar de dar respuesta a estas interrogantes es el propósito del presente trabajo.

## EN EL PRINCIPIO

Los cadáveres de quienes habían luchado por el triunfo de la Revolución estaban aún calientes. No fueron pocos los que murieron envueltos en la conciencia de que su sacrificio era válido en tanto y cuanto la nueva época fuese más justa, más equitativa. Los cañones humeaban y el peso de la realidad impedía, con su abrumadora presencia, la posibilidad del olvido y, también, la de prever el futuro.

El domingo 9 de octubre de 1921, ante los cables serpenteantes y los frágiles muebles que componían una modestísima estación radioemisora, el ingeniero Constantino de Tárnava emitió lo que puede ser considerado el primer programa de radio de la Ciudad de Monterrey y de México.

En 1923 se autorizó, por parte gubernamental, la instalación de transmisores en el país y se creó el Club Central de Radiotelefonía; un poco más tarde, la Liga Nacional de Radio. En 1924, Randal Hodges, agente de ventas de la *Ford* y teniente coronel del ejército estadounidense, propuso a Raúl Azcárraga la compra de un transmisor de radiotelefonía. Éste decidió adquirir el aparato de 50 watts de potencia. En mayo de ese año, Azcárraga fundó la estación CYL equipada con artefactos *Western Electric*. *Sanborns* fue el primer anunciante al patrocinar un programa de complacencias musicales.

Sostener una programación constante era tarea difícil, y el público de la radio sumamente limitado. Para solucionar el problema, Azcárraga le propuso al diario *El Universal* que se responsabilizara de los programas, en tanto que “La Casa de la Radio” –del mismo Azcárraga– se encargaría de la producción y venta de los aparatos receptores. El negocio comenzaba.

En 1925 la *General Electric* instaló su propia estación de radio: la CYJ. Fue en 1929 cuando la estación comercial CYB, del Buen Tono, logró las primeras utilidades. A partir de entonces, las emisoras radiales comenzaron a perfeccionar su posibilidad de ganancias; en este orden de cosas, el punto más alto lo alcanzaría, a principios de los años treinta, la estación XEW. La estación se fundó el 18 de septiembre de ese año con un capital social de 320 mil pesos en oro, siendo su director general Emilio Azcárraga Vidaurreta. El ejemplo norteamericano maravilló al empresario mexicano. A partir de esa fecha inauguró estaciones por todo el país: la XEUW en Veracruz, la XEEFB en Monterrey, la XEE en Durango, la XECZ en San Luis Potosí, la XEAM en Matamoros, la XEBO en Irapuato, la EBH en Hermosillo, la XEP en Ciudad Juárez, la XEBI en Aguascalientes, la XECL en Mexicali, la XEMU en Piedras Negras.

En el año de 1936, titubeante, un nuevo invento busca el invernadero que le proporcione el cuidado necesario para poder crecer —el PRMA, conocido actualmente por sus meras siglas PRI, le acoge temporalmente en la estación radioemisora XEFO—. En aquellos primeros remedos de “cámara”, entre gruesos y estorbosos cables, el asombro inicial fue disminuyendo. Las lámparas fundidas y el estallido de los imperfectos bulbos fueron empujando la esperanza. Con los anhelos rotos, aquella televisión de “probeta” fue arrinconada y echada hacia la bodega.

Mientras esto ocurría, Clemente Serna Martínez, gerente de la XET de Monterrey, Nuevo León, se reunía con un grupo de radiodifusores de provincia. Estaban molestos. El motivo era el enorme auge que tenía en esos momentos la emisora XEW en la capital. Los radiodifusores de provincia veían que sus pequeños negocios se empujaban aún más con la presencia de la W, que acaparaba recursos humanos, anunciantes, dinero y poder. Luis de la Rosa exhortó a los descontentos para que dieran la batalla desde dentro, es decir, sesionando con los grandes de la B y la W. Así, pues, el 27 de febrero de 1937 se constituyó la Asociación Mexicana de Estaciones Radiofónicas Comerciales (AMERC), teniendo como principal dirigente al propio De la Rosa. Ya constituidos en asociación, los radiodifusores entraron a formar una sección en la Cámara Nacional de Comunicaciones y Transportes. Seis meses después, dicha cámara convoca a elecciones presidenciales, y resulta electo el jefe de la sección de radio: Luis de la Rosa. Durante ese año se puso a discusión y consideración de todas las partes interesadas el Proyecto de la Ley General de Vías de Comunicación. El doctor De la Rosa trabajó junto al abogado de la empresa WEW, José Luis Fernández, para proteger y velar por los intereses jurídicos de sus representados.

Al terminar de la gestión del señor De la Rosa, empiezan a manifestarse los deseos de los radiodifusores de constituir ellos mismos su propia cámara. Las gestiones se inician el primero de abril de 1940 con la formación de la Comisión Consultiva de la Radiodifusión en la antigua sede de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP). Dos años más tarde, el 12 de enero de 1942, el Estado reconoció la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), que en 1971 reseñó en su Anuario, bajo el rubro de “La Historia de la Cámara”, los siguiente: “La elemental inquietud de organización y las necesidades propias de la evolución, motivaron a un reducido grupo de radiodifusores, en los años treinta, a constituir una asociación que con el tiempo se transformó en lo que ahora es la CIRT. En la ciudad de México se reunieron con toda inquietud y entusiasmo, en el restaurante *Mannhatan's*, a los 23 días del mes de febrero de 1937, los se-

ñores: Clemente Serna Martínez, Fernando Pazos Sosa, Roberto Meneses, Mario Bozzano, José Rodríguez, Rodolfo Suárez y José Expedito Martínez, representantes respectivamente de las estaciones XET de Monterrey, XEU de Veracruz, XEJ de Ciudad Juárez, XED de Guadalajara, XETF de Veracruz, XEC de San Luis Potosí y XEFW de Tampico. La reunión tuvo por objeto acordar la fundación de la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC). La Mesa Directiva procedió a formular las bases iniciales en que se apoyarían las radiodifusoras de los estados: primera, formar un frente de las estaciones comerciales de la provincia; segunda, pugnar por el mejoramiento de las condiciones generales de las mismas; tercera, establecer un intercambio de ideas comerciales y técnicas entre sí. Acto seguido, se acuerda convocar a todas las estaciones radiodifusoras de los estados para que asistan a la primera convención, que tendrá lugar el día 23 del presente año en la Ciudad de México”.

Hacia 1941, Emilio Azcárraga funda Radio Programas de México, cadena de emisoras que inicia sus operaciones encadenando a seis estaciones y que al poco tiempo llegaría a tener más de setenta afiliadas. Éstas se dividieron a su vez en “La Tricolor”, con la XEW a la cabeza, y “La Azul”, con la XEQ como punta de lanza. Ambas funcionaban de manera idéntica a las cadenas estadounidenses: ofrecían programación a sus afiliadas a cambio de tiempo para transmisión de los anuncios comerciales.

En 1945, el inventor de los bulbos electrónicos, Lee de Forest, vino a México y conoció los trabajos de Guillermo González Camarena, quien había colaborado en los fallidos intentos de la XEFO y continuaba experimentando. De Forest lo alentó a seguir adelante y ese mismo año se presentó la primera cámara de televisión construida en México.

El 7 de septiembre de 1946 fue inaugurada la primera estación televisora del país en el laboratorio experimental instalado en la calle de Havre número 74 del Distrito Federal. La emisión comenzó a las 20:30 horas con un programa que fue seguido de breves entrevistas. El invitado de honor fue el general Fernando Ramírez, director de Telecomunicaciones de la SCOP.

Desprovistos de carácter comercial, desde el edificio de la SCOP, se transmitieron, en septiembre de 1948, programas diarios durante lo que se llamó entonces “primera exposición objetiva presidencial”; igual tipo de transmisiones se efectuó en 1949.

Un año después, el primero de septiembre de 1950, con motivo del Cuarto Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán, nació en México, en forma oficial, la televisión concesionada a Rómulo O’Farril. Ese día los diarios de la capital insertaban un anuncio de tres cuartos de página donde

se leía: “La maravilla de la Televisión, es desde hoy una magnífica realidad en México. La realización de esta deslumbrante maravilla se debe, en México, al esfuerzo de la estación XHTV, Canal 4”, y firmaba Televisión de México, S. A.

## LOS PAÑALES ECONÓMICOS

Hace más de tres décadas el continente vivió un triunfalismo en la orientación de su desarrollo, al cual nuestro país no permaneció ajeno. En nuestro territorio se consolidó un tipo de economía bautizada como mixta, la que difícilmente podía ocultar las características propias del capitalismo. Toda una generación de economistas nacionales y extranjeros aseguraban que el problema fundamental de México era la creación de la riqueza. Se decía que una vez creada se procedería a la distribución equitativa de la misma.

Fueron años de regodeo y autosatisfacción en lo que se conoció como el *milagro mexicano*. Para realizarlo, se generaron los estímulos que en palabras de Roger Hansen suenan así: “No ha habido otro sistema político latinoamericano que proporcione más recompensas a sus élites industrial y comercial. Los impuestos y los gastos por salarios que han debido pagar han sido considerablemente bajos y sus utilidades han sido elevadas. Es difícil imaginar, un conjunto de políticas destinadas a recompensar la actividad de los empresarios privados en mayor proporción que las políticas establecidas por el gobierno mexicano a partir de 1946”. Hacia 1950, las cifras más repetidas indicaban que el 62% de la población recibía sólo el 19.8% del ingreso.

Para esas mismas fechas, Albert Meister señalaba que el 10% de la población privilegiada disfrutaba aproximadamente del 40% del ingreso total. El censo agrícola de 1950 mostraba que existían todavía 551 latifundios de 50 mil a 100 mil hectáreas, y que alrededor de 9 600 propiedades disponían de un poco más de 80 millones de hectáreas.

A partir de 1950 hubo una reorientación en la asignación de fondos públicos para la inversión. Las obras de fomento agropecuario que se habían impulsado con carácter prioritario en el régimen cardenista, perdieron importancia. Durante el periodo de 1946 a 1952, la inversión del sector público en todos los renglones del bienestar social fue un promedio de menos del 15% al año. La amplitud de los servicios públicos, la educación gratuita, el seguro social, los servicios de salubridad y asistencia y los subsidios para viviendas y transportes, fueron realizaciones detectadas e incluso alabadas por la mayoría de los comentaristas nacionales y extranjeros que, sin embargo, hacían notar su naturaleza extremadamente limitada cuando se comparan con el

total de los gastos del sector público en la promoción de la infraestructura comercial e industrial.

A fines de la quinta década, el gobierno mexicano acudió repetidas veces y en forma creciente al financiamiento de los gastos del sector público para tratar de cubrir el déficit que iba en aumento. Este modelo de orientación económica obligaba también a que los impuestos permaneciesen estables. Las mejores pruebas estadísticas de que se dispone sugieren que durante el periodo de 1946 a 1950 los salarios reales descendieron, mientras que el ingreso real de los empresarios se elevaba rápidamente.

Otro de los elementos fundamentales que dieron pie a ese modelo de desarrollo fue el supuesto trato preferencial con Estados Unidos de Norteamérica, relación que nada tuvo de especial, pues correspondía a la típica de país colonizado: materias primas sometidas al deterioro de los términos del intercambio: petróleo, café, azúcar, algodón, henequén, cuyos precios están bajo los azares de la coyuntura internacional, mientras que los productos manufacturados tienen precios cada vez mayores.

Ese mismo esquema exigía que se condonaran exenciones del pago de los impuestos principales para periodos que figuraban de cinco a diez años, a las empresas nuevas y a las consideradas como necesarias para el desarrollo industrial de México.

En suma, la política en materia económica y social había auspiciado una sólida minoría empresarial que, ubicada estratégicamente en la cúspide de la sociedad, se vinculaba estrechamente al capital internacional y experimentaba la necesidad de asegurar un mercado interno creciente. Para ello, requería reforzar y ampliar su capacidad divulgadora oral, tanto de ideología como de sensibilización hacia el consumo.

La administración pública veía con buenos ojos tales intentos por afianzar y, sobre todo, legitimar el esquema de desarrollo asignado.

Si bien las estaciones radioemisoras y la casi totalidad de diarios y revistas tenían una tendencia transparente, la exhibición de películas era la verdadera punta de lanza que ilustraba al pueblo cuál debería ser el rumbo a seguir. De 291 películas extranjeras proyectadas en el año de 1950, 228, o sea el 78.35%, provenía de Estados Unidos. Las imágenes en movimiento unidas al sonido acondicionaban el alma de la nación. Llegado el momento tecnológico, ni profesores ni artistas ni obreros ni líderes fueron convocados; el terreno ya estaba fertilizado y listo para que los comerciantes le dieran cabida en el marco que la democracia mercantil requería.

De esta manera, no resulta gratuito que hacia 1951 se otorgue XEW-TV Canal 2 a Emilio Azcárraga y, al año siguiente, XHGC, Canal 5 de televisión



a Guillermo González Camarena. En 1954 se constituyó Telesistema Mexicano, y el 16 de septiembre de ese mismo año ya transmitieron juntos los es 2 y 5, formando una empresa destinada a eliminar una de las leyendas más socorridas del capitalismo: la competencia, para erigir así un monopolio altamente flexible en su operación y desproporcionado en su rendimiento utilitario.

### **APOYO A LOS EMPRESARIOS**

En la década de los cincuenta, la espectacular expansión comercial de los Estados Unidos requiere socios y mercados. México no está de balde. La orientación ideológica de la Revolución demanda que el pueblo sufra la transformación en *público* y ello requiere un modelo de desarrollo donde se enfatiza la necesidad de crear la riqueza, y sólo después, mucho después, tratar de repartirla. Tal empeño supone la condición de apoyar a la clase empresarial; que produzca y, por supuesto, que ablande la conciencia del consumidor para lograr las ventas y ampliar así el mercado. En consecuencia, se otorgan las concesiones para manejar la televisión en todo el país a un solo grupo. Así nacen Canal 3 de Monterrey, Canal 7 de Tampico, Canal 2 de Nuevo Laredo, Canal 3 de Culiacán, y en toda la topografía nacional nacen los erizos electrónicos que deberán formar con rapidez un emporio comercial e ideológico al servicio de un esquema etiquetado como Nacionalista y Revolucionario.

En 1962, la ABC había incorporado a México como afiliado a su red internacional, lo cual deja ver la importancia que en esos años había cobrado ya la difusión electrónica mexicana.

Hasta la década de 1960, la programación estaba en manos de los anunciantes, quienes decidían qué programas requerían patrocinar y los producían o los importaban, siguiendo, en la mayoría de los casos, las mismas líneas que en Estados Unidos: la *Procter And Gamba* y la *Colgate Palmolive* patrocinaban radio y telenovelas en ambos países; la *Kellog's*, programas infantiles; *Coca-Cola*, programas de aventuras.

Hacia fines de la década de 1960 se inició una nueva etapa en el desarrollo de la radio y la televisión en México. Emilio Azcárraga, en búsqueda de mayores beneficios económicos y precisión ideológica, decidió manejar la programación televisiva, de tal suerte que "Televisión" decidiría a los anunciantes el tiempo disponible para sus anuncios comerciales. Esta medida inquietó tanto a las agencias de publicidad como a sus clientes, pero ante la evidencia de que perseguían los mismos fines no les quedó más que aceptar con gusto y pleno acuerdo la nueva disposición.

Por otro lado, los costos de tiempo de transmisión habían aumentado considerablemente, de manera que un solo anunciante ya no podía patrocinar, por sí mismo, ninguna serie o programa.

En 1967 se iniciaron las transmisiones por televisión a color, y un año más tarde se concedió una licencia de transmisión a un grupo de inversionistas que incluía, entre otros, al *Grupo Monterrey*. Así surgió en el Distrito Federal XHTMTV Canal 8. Al mismo tiempo, se le otorgó otra licencia a Francisco Aguirre para la creación de XHDFTV Canal 13, en el que el gobierno mexicano conservó una pequeña participación.

El nuevo Canal 8 estaba destinado a ofrecer una programación espectacular que captara el mayor público posible y, en consecuencia, de anunciantes que durante años habían destinado el gasto publicitario a Telesistema Mexicano. Entre los grandes anunciantes de la época se encontraban *Coca-Cola*, *Pepsi-Cola*, *Compañía Nestlé*, *General Motors de México*, *Ford*, *Cervecería Cuauhtémoc* y *Cigarros El Águila*.

En 1973 se realizó la fusión de los cuatro es comerciales de la capital. El Canal 13 había pasado un año antes a manos del sector público. En la fusión, Telesistema obtuvo las instalaciones del Canal 8 y el Grupo Monterrey quedó con una participación del 25% en el capital social de la nueva empresa: Televisa.

Así, la empresa que controlaba tres es en la capital y más de una cincuenta en la provincia, absorbe a la empresa concesionaria del Canal 8, Televisión Independiente, con todo y sus canales interiores. De esta manera nace un emporio empresarial, con un despliegue de recursos que prácticamente supedita la red federal de microondas a satisfacer sus necesidades siempre en expansión.

En el régimen del presidente Echeverría se da por primera vez un fenómeno que tenía un tibio antecedente inmediato: la administración del presidente Díaz Ordaz había trazado un plan para lograr que las voces de los asesores estatales tuvieran cabida, en forma directa, en los consejos de administración de los empresarios de la televisión; para tal efecto se exigió el cumplimiento del impuesto del 25% sobre las utilidades; ese impuesto sería condonado a las empresas que colocaran el 49% de sus acciones en alguna institución nacional de crédito, en fideicomiso irrevocable. Los intereses particulares, al verse afectados, hicieron todo tipo de presiones hasta obtener que el impuesto del 25% fuese cobrado en tiempo televisivo destinado al Estado. Ese cobro en especie, enmarcado por tantas modalidades y beneficios para el contribuyente, es a tal punto magnánimo que si todos los causantes del

fisco pagásemos de igual manera, la Hacienda mexicana iría con rapidez a la bancarrota.

Con ese antecedente y con algunos sectores de la opinión pública que realizaban una tarea de impugnación a la televisión comercial, surge la primera reacción oficial de envergadura. La encabezan el secretario de Comunicaciones, el subsecretario de Radiodifusión, y son secundados circunstancialmente por algunos políticos profesionales y funcionarios menores. Ante estas presiones públicas, la televisión dio una respuesta inmediata en el año de 1973; su programación fue salpicada por mensajes brevísimos de dudosa manufactura, con materiales filmados por compañías sajonas, con mesas redondas plenas de erudición y verborrea clasista, con emisiones deportivas agotantes, con noticiarios espectaculares, con telenovelas y producciones que se refugiaron en el pasado al rehuir sistemáticamente el presente. En 1972, después de haber recibido la reprobación más fuerte de su corta vida, paradójicamente la televisión comercial se consolida un año después de reagruparse con más fuerza en el monopolio Televisa, cuyas siglas llevan implícito el origen, el desarrollo y la meta: *Televisión –vía– satélite, tele-vi-sa*: para que no quepa la más débil duda, se enarbola hasta el nombre de la dependencia con la tecnología creadora de artefactos para la difusión colectiva supracontinental.

1973 será recordado como el año de la confirmación definitiva de la televisión al servicio del anunciante; 1973 se diferencia del precedente en un movimiento rotatorio que convirtió los señalamientos políticos, las impugnaciones oficiales y los juicios condenatorios en reconocimientos iniciales y abiertos elogios más tarde, evidenciando con ello que el problema de fondo no era tal, sino que radicaba únicamente en una cuestión de matices. 1973 y la nueva empresa televisiva son el prólogo, el nuevo punto de partida, la reorientación, el nuevo aquí y ahora; 1973 es el año en que la mano encuentra a la otra, es la fecha en que, por sobre todos los demás intereses (el minoritario, el de grupo, el familiar), recibe la comprensión, la tolerancia, la seguridad que por momentos pareció negársele; 1973 es arropado por la fructífera espera, por la madura tolerancia, por la exigencia humana radical disminuida; 1973 es el año en que la televisión comercial de México ofreció sin pudor la mutación pública de gigantesca empresa en el más prolífero monopolio de las imágenes y los sonidos del continente hispanoamericano; 1973 es el año en que la fuerza de una corporación privada, anclada en el capital, somete a una administración pública, acalla las voces en desacuerdo y aplasta, hasta hacerla desaparecer, la exigencia toda de una nación que en un momento fugaz quiso ver y oír su propia conciencia.

Si la lógica racional puede ser invocada, sea, pues, para ver la congruencia final del sistema, la totalización de sus componentes atrapados en la red, sólo esporádica y alucinadamente escarpados, para regresar, sin remedio, a tomar su antiguo sitio y reforzar el engranaje.

## LOS ÚLTIMOS TIEMPOS

Treinta años después de haber aparecido, de haberse desarrollado tecnológicamente, de producir un gran impacto en la mentalidad del hombre urbano, la televisión en México es vista en términos de simple disponibilidad de medios y de distribuidora de mensajes, evidencia que no es funcional para un desarrollo humanista y democrático. Al crecer desmesuradamente, y sin jerarquía social, y estar enraizada y encaminada en el terreno del lucro, ha establecido imborrables patrones y modelos que, en la actualidad, nulifican cualquier esfuerzo racional que trate de contrarrestar la publicidad que extiende, sin medida ni concierto, las pautas eufóricas del consumo. Mientras subsista la ley de la ganancia limitada únicamente por sus “obstáculos naturales” y la legitimidad de la duplicidad y multiplicidad irracional de productos idénticos, diferenciados sólo por la marca, etiqueta, envase, color y precio; mientras la televisión continúe fortaleciendo el proceso de “desmigajación” social, nada verdaderamente serio e importante se podrá realizar para detener y alterar esas líneas fundamentales.

Sustancialmente basada en la capacidad lucrativa, la televisión concesionada es vista como un asunto propio de los empresarios. Dígalo si no el hecho de alquilar, vender y subastar al mejor postor lo que el Estado considera “un bien Patrimonio de la Nación”.

Así, y debido a los equívocos económicos del Grupo Alfa, en el borde de la bancarrota, el Canal 8 y sus repetidoras pasaron a manos de otros “empresarios”.

Obsérvese el anuncio aparecido en el diario *El Herald de México* el día 27 de abril de 1982.

“LOS SEÑORES ALARCÓN ADQUIRIERON EL 25 POR CIENTO DE TELEvisa”

Compraron el cien por ciento de Canal 8 y sus repetidoras.

Ayer fue efectuada de manera formal la operación mediante la cual los señores Gabriel Alarcón Velázquez y Oscar Alarcón Velázquez, adquirieron el 25 por ciento de las acciones de la empresa Televisa y el 100 por ciento de las acciones del Canal Ocho de este capital y sus repetidoras.

Desde hace varias semanas diversos medios informativos habían aportado algunos datos sobre las negociaciones que se efectuaban entre los señores Alarcón y Televisa, pero fue hasta ayer cuando de manera oficial se cerró la operación.

El paquete de acciones que ahora controlan los señores Alarcón es el que tenía en su poder el Grupo Alfa de Monterrey, el cual de esta manera deja de tener intereses en la empresa televisiva nacional,

Don Gabriel Alarcón Chargoy, director general de *El Heraldo de México*, tiene una importante trayectoria empresarial y al efectuar esta operación reitera su confianza en el futuro del País.

Como hoy es bien sabido, la familia Alarcón sólo estuvo al frente del Canal 8 unos cuantos meses.

Por otra parte, Televisa es propietaria de la compañía Productora de Programas, S. A., cuya función es exportar el material nacional a distintas estaciones televisivas del continente, entre las que se cuentan 8 del Caribe, 15 de Centroamérica y 20 de América del Sur. También tiene participación en el sistema de Cablevisión, S. A., que abarca hasta el momento diversas áreas metropolitanas.

Asimismo, sus intereses televisivos van más allá de los límites nacionales. A partir del 4 de julio de 1976 se integra a la red Univisión, sistema norteamericano para el auditorio de habla española, que, a su vez, se estructura en la *Spanish International Network*, cadena que alcanza al 75% de los 14 millones de telespectadores hispanos. Esta cadena posee el Canal 34 de Los Ángeles, cuyo público potencial es de 3 millones 500 mil espectadores hispanoparlantes. Participa, también, en el organismo internacional OTI (Organización de la Televisión Iberoamericana) que tiene 88 cadenas televisivas afiliadas en 22 países del continente y de España.

Solamente un polo de poder empresarial de tal peso económico y político podía ser un digno socio del Estado en la consecución de metas comunes. Con pompa y orgullo mutuo, el 22 de junio de 1982 se dio a conocer que la Secretaría de Comunicaciones y la empresa Televisa habían construido 71 estaciones terrenas para conducir las señales desde satélites a todo el país. El convenio estipulaba la entrega de tales estaciones a la Secretaría, siempre y cuando el contenido de las emisiones fuera un asunto de la empresa, tal y como corresponde a la democracia mercantil. Sustancialmente, el convenio estuvo basado, como lo expresó el secretario Emilio Mújica Montoya, en la aceptación total del quehacer comercial, ideológico, político y cultural que

realizan los empresarios de la televisión. A mayor abundancia, unos días después, el propio Mújica Montoya y el señor Emilio Azcárraga (hijo), firmaban un nuevo convenio para solicitar conjuntamente a los Estados Unidos la fabricación y lanzamiento de un par de satélites que darán *servicio* a la Nación en los venideros años de 1984 o 1985.

El candado quedó completamente cerrado; de la antinomia trabajo-oocio nació la programación de una televisión entregada, en forma brutal, al capital criollo y a las exigencias de un modelo de desarrollo; de la tolerancia y el ablandamiento de un doloroso movimiento revolucionario, “un bien patrimonio de la nación” es puesto en manos de quienes, sin garantizar una elevada preocupación social, política y moral, han hecho, de un emisor social, la punta de lanza ideológica del colonizador foráneo; programaciones resultantes de una retórica demagógica han logrado producir en el mexicano al hombre aislado, antisolidario de los compañeros de su clase social, desvinculado del acontecer histórico, ajeno a sí mismo.

De una falta de compromiso mínimo con los principios de integridad y respeto, se ha levantado, inconmensurable, una falsa conciencia pública; de la conveniencia rentable de pertenecer a grupos de prepotencia, se ha logrado un sistema aceptado de control social y dominación ideológica; de la utilización técnica, certera y eficaz en el diseño de elaboración y repetición de mensajes, se ha preparado a las conciencias para que inicialmente acepten y más tarde rechacen cualquier posibilidad de alteración sustancial de la actual estructura económica y política; del deliberado impedimento de organización de las clases populares y del temor patológico en quienes ejercen los poderes económicos, se ha consolidado, en beneficio de ellos y en detrimento mayoritario, un injusto sistema globalizado.

## **EL CANAL MÁS ALEGRE Y EL MÁS CULTO**

Es claro observar que ningún orden cultural dado existe como un conjunto de elementos aislados e inorgánicamente conjuntados, como ocurre en Canal 8, sino constituyendo núcleos articulados estructuralmente. Las relaciones que se dan en esa estructura son generalmente de jerarquización, subordinación, convergencia o conflicto. En una sociedad como la mexicana, donde autoridades, instituciones nacionales y organismos supranacionales hablan de la necesidad de integrar a los diversos Méxicos, la denominación “sociedad de dominación” resulta altamente comprensible y aceptada por casi todos. Pues bien, en este tipo de sociedad desigual la cultura dominante es la que corresponde a las cúpulas o élites dominantes. Los núcleos “culturales” son hegemónicos y ejemplarizantes.

El hecho de que la cultura de las clases dominantes sea la cultura que priva, no significa que todos los miembros de esa sociedad se orienten en los términos prefijados unidireccionalmente. Visto de otra manera, la cultura que difunden los empresarios de la televisión es vertical, impuesta. Así, la cultura dominante lo es en tanto que provee al conjunto de la sociedad de un sistema común de orientación junto a otros lineamientos particulares en cada segmento social. En virtud de lo anterior, la cultura dominante dispone de numerosos elementos que le son privativos, que no son diseminados y que conforman un coto cerrado y excluyente de otras participaciones.

En esta medida, la cultura que difunde Canal 8 representa un mecanismo de mantenimiento que incluye la dominación de unos grupos minoritarios sobre otros de dimensiones mucho mayores. Aquí es donde la televisión abre su abanico de posibilidades y expresa socialmente “a todos los gustos”; con ello ejerce clara dominación social y cultural, al mismo tiempo que facilita a la cúpula gubernamental la coartada de estar realizando una tarea anhelada y superior. Aquí precisamente es donde se explica la complicidad de las autoridades universitarias. Cuestionada la Universidad en su nivel técnico y académico, y repudiada su conducta laboral, la cúspide de la pirámide de la rectoría (Soberón–Rivero Serrano) buscó el aplauso generalizado que le permitiera obtener retazos de legitimidad y de utilidad a una sociedad que ya venía preguntándose cada vez más frecuentemente para qué *serviría* la UNAM.

Las primeras semanas de emisión hermanada entre la UNAM y Televisa, enseñan que difunden ciertos campos del conocimiento de contenidos de muy pobre objetivación y escasa formalización. Tales emisiones son proporcionadas como hechos evidentes sin que estén sujetos a cuestionamiento e insertados, además, con la etiqueta de “necesarios” en la cultura de las mayorías,

Al proporcionar las bases de la legitimidad televisiva y universitaria, el Canal 8 se dirige a aquellos grupos sociales proverbialmente olvidados por el afán meramente lucrativo de los primeros 33 años de vida de la empresa y secularmente rechazados por la sociedad para ingresar a la universidad. Hoy, todo el mundo puede sentirse partícipe de la enseñanza universitaria y saberse tomado en cuenta, incluso los exquisitos que, real y objetivamente, encuentran legítimo deleite con el ciclo de películas de Kurosawa o Houston.

Si exceptuamos esos ciclos fílmicos, los campos de contenido ideológico que requieren un complejo y elaborado grado de objetivación artística, formalizada o intelectual, y que a su vez son largos y costosos, son excluidos sistemáticamente de las emisiones de Canal 8, puesto que tal exclusión se apoya en el hecho de que la mayoría de la sociedad civil no dispone de los

elementos formales; justamente, de aquellos que son definitivos para el manejo y control de los recursos de la sociedad: la técnica, la ciencia, el arte, la filosofía, la política. Es en este sentido como las masas dominadas, ajenas a los valores del intelecto, son aprovechadas por la cultura imperante para hacerlas “participar” como clientela, como números de *rating*, como público. Nunca participan esas masas como elaboradores, creadores o autores. Las masas auditoras no tienen así la posibilidad de desarrollarse sino de modo limitado y vicario. Esta condición es reforzada por el propio consorcio televisivo, que ha venido repitiendo desde su fundación en 1950: “tenga más para ser feliz”.

En la superficie como en el fondo el asunto resulta muy claro para todos: para los concesionarios el beneficio es múltiple; fundamentalmente adquieren legitimidad, reconocimiento y lanzan redes sobre segmentos de la población que les impugnaban; para el gobierno es un producto de buen hacer y mejor decir que se atribuye gratuitamente a la obra de rectoría y de orientación social; para el público deseoso de conocer un poco más allá de lo que ofrecía el recetario televisivo puede convertirse en una oportunidad distinta, y para el sistema en el que vivimos el Canal 8 se ha vuelto respiradero de modernización y de participación democrática, entendido esto como el preludeo que, como bandera, tiene el corporativismo. Si alguna duda hubiera, ésta queda cancelada con la formalización y entrega que, de la difusión cultural, ha hecho la administración pública a un consorcio caracterizado hasta la médula por sus grandes servicios a una ideología que ha hecho del dinero un Dios que ayuda y protege solamente a los privilegiados.



# LEYES, REGLAMENTOS, DEPENDENCIAS Y MEDIOS DEL ESTADO

## ANEXO

<p>PLUTARCO ELÍAS CALLES – 1925</p>	<p>RADIO EDUCACIÓN</p>	<p>“Radio Educación” inicia sus emisiones con el objeto de elevar el nivel cultural de la población. Su programación ha sido interrumpida en tres ocasiones y actualmente se considera un buen organismo estatal de difusión cultural, manejado por la Secretaría de Educación Pública.</p>
<p>PASCUAL ORTIZ RUBIO – 1929</p>	<p>EL NACIONAL</p>	<p>Fundación del periódico “El Nacional”, en el seno del PRI, con el nombre de “El Nacional Revolucionario” .  Actualmente cumple adecuadamente su transmisión como órgano de difusión gubernamental.  Su fundador y primer director fue Basilio Vadillo.</p>
<p>LÁZARO CÁRDENAS – 1936</p>	<p>DEPARTAMENTO AUTÓNOMO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA (DAPP)</p>	<p>El DAPP es creado (Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda) para la difusión de la política gubernamental y con miras a explicar la política económica en el extranjero (fundamentalmente petróleo). El DAPP fue creado por el entonces presidente de la República y dependía directamente de él. Contaba también este</p>

<p>LÁZARO CÁRDENAS — 1938</p>	<p>PRODUCTORA E IMPORTADORA DE PAPEL, S. A. (PIPSA)</p>	<p>Departamento con estaciones radiofónicas para llevar a cabo su tarea de difusión. En la época de Ávila Camacho, las funciones de este órgano fueron creciendo y las estaciones de radio desaparecieron una a una, pasando a manos de la iniciativa privada.</p>
<p>LÁZARO CÁRDENAS — 1939</p>	<p>RADIO GOBERNACIÓN</p>	<p>Inició actividades “PIPSA” (Productora e Importadora de Papel, S. A.), organismo estatal que realiza la distribución de papel, que antes era dirigida por monopolios privados. Maneja más de 280 000 toneladas anuales de papel y tiene una capacidad de almacenamiento de 60 000 toneladas, calculándose que tanto producción como almacenaje serán duplicados para 1982. Inicia sus transmisiones Radio Gobernación, más conocida como “La Hora Nacional”, en todas las radiodifusoras de la República los domingos a las 22:00 horas (horario que prevalece) mediante encadenamiento. Su objetivo: difundir programas estatales e información de interés público.</p>
<p>LÁZARO CÁRDENAS — 1940</p>	<p>LEY DE VÍAS GENERALES DE COMUNICACIÓN</p>	<p>Reglamentación a artículos varios de la Ley de Vías Generales de Comunicación relacionados con Radio y Televisión.</p> <p>Artículos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 28, 40, 48, 52, 85, 86, 90, 91, 99, 406 y 526, donde líneas eléctricas, medios de programación, obras, terrenos</p>

<p>MANUEL ÁVILA CAMACHO – 1941</p>	<p>DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA</p>	<p>y aguas quedan sujetos a los poderes federales. El Estado queda en disposición de control de construcción, inspección y vigilancia, concesiones, tarifas e infracciones mediante diversas dependencias gubernamentales, sin privilegiar concesiones de ningún tipo y ayudando económicamente en los casos urgentes de construcción de vías de comunicación. Es creada la Dirección de Cinematografía, como un intento por regular las actividades cinematográficas.</p>
<p>MANUEL ÁVILA CAMACHO – 1943</p>	<p>COMPAÑÍA OPERADORA DE TEATROS S. A. (COTSA)</p>	<p>Se fundó "COTSA", Compañía Operadora de teatros, S. A. Actualmente controla aproximadamente 500 salas en toda la República. Posteriormente se integraron compañías filiales para producción y exhibición.</p>
<p>MANUEL ÁVILA CAMACHO – 1945</p>	<p>PELÍCULAS MEXICANAS, S. A. (PELMEX)</p>	<p>Nace PELMEX, Películas Mexicanas, S. A., encargada de la distribución de películas.</p>
<p>MIGUEL ALEMÁN VALDÉS – 1947</p>	<p>BANCO CINEMATOGRAFICO</p>	<p>Creación del Banco Cinematográfico, que actualmente se encuentra en proceso de liquidación por incosteable. Ha servido para financiar hasta la fecha la producción de películas.</p>

<p>MIGUEL ALEMÁN VALDÉS – 1950</p> <p>MIGUEL ALEMÁN VALDÉS – 1950</p> <p>ADOLFO RUIZ CORTINES – 1956</p> <p>ADOLFO LÓPEZ MATEOS – 1959</p>	<p>ESTUDIOS CHURUBUSCO</p> <p>LABORATORIOS CHURUBUSCO</p> <p>ESTUDIOS AMÉRICA</p> <p>CANAL 11</p>	<p>Se fundaron los Estudios Churubusco Azteca, que desde 1944 pertenecían a la iniciativa privada, para apoyar la producción cinematográfica.</p> <p>Paralelamente a los estudios, se crearon los Laboratorios Churubusco, para procesamiento de películas.</p> <p>Se crearon los Estudios América. Actualmente siguen en funcionamiento aún con baja producción.</p> <p>Inicia sus transmisiones Canal 11, el día 1 de marzo, como medio auxiliar audiovisual del <i>Instituto Politécnico Nacional</i>, para la difusión de programas educativos, culturales y de orientación social.</p>
<p>ADOLFO LÓPEZ MATEOS – 1960</p>	<p>LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN</p>	<p>Actualmente es subsidiado por la Secretaría de Educación Pública y es una mezcla de entretenimiento cultural y político. Carece de suficiente apoyo económico.</p> <p>Se pone en vigor, el día 19 de enero, la “Ley Federal de Radio y Televisión”, reiterándose el dominio inalienable e imprescindible de la Nación del medio en que se propongan las ondas electromagnéticas.</p> <p>Radio y Televisión constituyen una actividad de “interés público”, por lo cual el Estado deberá proteger y vigilar el cumplimiento de su función</p>

<p>GUSTAVO DÍAZ ORDAZ</p> <p>– 1968</p>	<p>NOTIMEX</p>	<p>social para el fortalecimiento de la integración nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• afirmando respeto,</li> <li>• evitando influencias nocivas,</li> <li>• elevando el nivel cultural,</li> <li>• fortaleciendo convicciones nacionales,</li> <li>• difundiendo orientación social, y cívica.</li> </ul> <p>Se creó un organismo coordinador, el Consejo Nacional de Radio y TV., integrado por las siguientes Secretarías: Gobernación, Salubridad y Asistencia, Educación Pública y Comunicaciones y Transportes, para el control y vigilancia del interés estatal en el funcionamiento de los medios de comunicación electrónicos: “Las estaciones de radio y TV deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos culturales y de orientación social”.</p> <p>Se fundó NOTIMEX, con el objeto de proporcionar información sobre noticias de procedencia extranjera, y no depender para ello de los grandes monopolios informativos transnacionales. Su objetivo nunca se logró, ya que el interés informativo no depende de la voluntad del emisor. Actualmente colabora en los noticieros de los canales 5 y 13.</p>
---	----------------	---

GUSTAVO DÍAZ ORDAZ	INTELSAT	Se alquila una porción del satélite INTELSAT con el objeto de facilitar transmisiones generadas en el extranjero hacia México.
- 1968		El Estado y la iniciativa privada se unen para su administración. El costo es pagado por el Estado. Hoy en día ya no está en uso el INTELSAT. En 1981 se alquiló un segmento de uno de los satélites domésticos de los Estados Unidos llamado "TRANSPONDER", a cargo también del Estado.
	MICROONDAS	Televisa, concretamente, instaló en él las estaciones que bajan la señal de TV a 44 retransmisoras que le fueron al mismo tiempo concedidas. Se acordó que en pago a esta concesión, las estaciones de Televisa pasarán a ser propiedad del Estado.
GUSTAVO DÍAZ ORDAZ		La red de microondas es utilizada para 62 estaciones de Televisa y 42 repetidoras de Canal 13 en toda la República.
- 1968		El costo de este servicio es demasiado alto y generalmente se arregla a través de negociaciones.
GUSTAVO DÍAZ ORDAZ	LEY DE INGRESOS DE LA FEDERACIÓN	El martes 31 de diciembre, se decreta la "Ley de Ingresos de la Federación" para normar el gravamen sobre ingresos brutos, estableciéndose tal impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por Ley, en los
-1968		

<p>GUSTAVO DÍAZ ORDAZ — 1969</p>	<p>COMISIÓN DE RADIODIFUSIÓN</p>	<p>que están incluidas las empresas que funcionan como concesionarias de estaciones comerciales de Radio y TV. El día 29 de agosto, se realiza el Acuerdo Presidencial para establecer la “Comisión Intersecretarial”, dependiente de la Secretaría de Gobernación.</p>
<p>GUSTAVO DÍAZ ORDAZ — 1969</p>	<p>RADIO MÉXICO</p>	<p>Dicha Comisión queda facultada para el aprovechamiento del tiempo estatal en los medios comerciales, siendo conducto único para ordenar transmisión de programas.</p>
<p>GUSTAVO DÍAZ ORDAZ — 1969</p>	<p>“RADIO D” HOY RADIO DDF</p>	<p>Conforme al acuerdo del pago del 12.5% en tiempo, la Comisión coordinará las transmisiones que el Estado efectúe. Considerando a la Radio como un económico medio de difusión, “Radio México” inicia sus actividades para difundir información internacional, dependiendo directamente de Notimex. Actualmente tiene una cobertura internacional en onda corta con programación informativa cultural nacionalista.</p>
<p>GUSTAVO DÍAZ ORDAZ — 1969</p>	<p>PAGO DE IMPUESTO CON EL 12.5% EN TIEMPO</p>	<p>Adscrita al Departamento del Distrito Federal, “Radio D” XHOSEFM, sale al aire con objetivo social. Su programación es variada: música clásica, popular e instrumental. El martes 1 de julio es publicado el Acuerdo Presidencial que autoriza a la SHYCP a recibir de las concesionarias una nueva modalidad en</p>

<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ</p> <p>— 1970</p>	<p>CORTOMETRAJE</p>	<p>el pago del impuesto. Considerándose que el Ejecutivo Federal necesita tiempo de transmisión en medios comerciales de comunicación, se admite el pago de impuesto con 12.5% del tiempo diario de transmisión de cada estación, para realizar en dicho tiempo funciones propias a su cargo, de acuerdo con la “Ley Federal de Radio y Televisión”.</p> <p>Se puntualiza que, cuando el Estado realice campañas de interés colectivo promoviendo el mayor consumo de bienes lo hará en forma genérica, en tanto los medios comerciales se ocuparán de la publicidad y propaganda de marcas, servicios y empresas específicas.</p> <p>Tomando en cuenta las características de cada estación, se notificará al concesionario con razonable anticipación de la utilización de tiempos de transmisión, los que serán distribuidos proporcional y equitativamente en el horario total de transmisiones.</p> <p>En caso de que el permisionario no proporcione los tiempos a que está obligado, el impuesto será cubierto en efectivo, exigiéndose este pago vía procedimiento administrativo de ejecución. Se elaboraron los primeros documentales del “Centro de Producción de Cortometraje”</p>
--	---------------------	--



<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ – 1972</p>	<p>TELEVISIÓN CULTURAL DE MÉXICO</p>	<p>TCM (Televisión Cultural de México), sale al aire. Actualmente y desde febrero de 1981, con la razón social de “RV DE LA REPÚBLICA MEXICANA” tiene cobertura nacional con 126 repetidoras.</p>
<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ – 1972</p>	<p>CANAL 13</p>	<p>El 12 de octubre de 1968, se fundó la “Corporación Mexicana de Radio y Televisión”, inicialmente con carácter privado. Fue adquirida por el Estado y con la misma razón social en el mes de marzo de 1972.</p>
<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ – 1974</p>	<p>REGLAMENTO RELATIVO AL CONTROL DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y MEDICAMENTOS</p>	<p>Actualmente cuenta con red de microondas y enlaza a TRM y sus repetidoras en la República. Emitido por la Secretaría de Salubridad y Asistencia con la finalidad de ejercer control a la publicidad relativa a las características de los alimentos y bebidas y a los medicamentos en los medios de difusión. Además le son conferidas a la SSA, las siguientes funciones: autorizar la transmisión de la propaganda de dichos productos, imponer las sanciones correspondientes a su jurisdicción y promover y organizar orientación social a favor de la salud del pueblo.</p>
<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ – 1974 – 1975</p>	<p>CONACINE CONACITE II</p>	<p>Se crearon en el área cinematográfica, CONACINE Y CONACITE II; la primera para producción y exhibición cinematográfica (Corporación Nacional</p>

<p>LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ – 1975</p> <p>JOSÉ LÓPEZ PORTILLO – 1977</p>	<p>CENTRO DE CAPACITACIÓN CINEMATOGRAFÍA</p> <p>RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA</p>	<p>Cinematográfica), y la segunda (Corporación Nacional Cinematográfica Trabajadores y Estado) para producción únicamente.</p> <p>Nace el “Centro de Capacitación Cinematográfica” para el adiestramiento de personal en el área del cine.</p> <p>Se crea RTC (Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía), el día 17 de enero para señalar las líneas directrices en materia administrativa de coordinación, ejecución y producción en radio, televisión y cinematografía estatales, así como para regular normativamente el sector privado.</p>
<p>JOSÉ LÓPEZ PORTILLO – 1977</p>	<p>PRONARTE</p> <p>ADQUISICIÓN DE RADIODIFUSORAS</p>	<p>Se creó PRONARTE (Productora Nacional de Radio y Televisión) por decreto presidencial del 4 de julio. Forma parte de RTC, y por consiguiente, de la Secretaría de Gobernación. Sus funciones son de producción de programas de Radio y TV para cubrir los tiempos a los que el Estado tiene derecho en las difusoras concesionadas.</p> <p>El Estado adquiere tres radiodifusoras: XEB (Música ranchera) XRPN (Programación Variada) XEMP (Instrumental)</p>