



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales

**CANAL 13: una Política de Comunicación
Social Inconclusa y Contradictoria
(1976-1982)**

TESIS
Que para obtener el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación
PRESENTA
SALVADOR CASTILLO PADILLA



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

2 ej.
3

CANAL 13,
UNA POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL INCONCLUSA Y
CONTRADICTORIA
(1976-1982)

I N D I C E

CANAL 13, UNA POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL INCONCLUSA Y CONTRADICTORIA (1976-1982)

Prólogo

Dos precisiones conceptuales

1. Antecedentes de la televisión en México
 - 1.1 Orígenes de la radiodifusión en el México revolucionario
 - 1.2 Lázaro Cárdenas, la vuelta a la calma y la radiodifusión
 - 1.3 Puertas abiertas a los radiodifusores con Avila Camacho
 - 1.4 Consolidación de la televisión privada con Miguel Alemán
 - 1.5 Adolfo Ruiz Cortines y el rompimiento del romance
 - 1.6 Adolfo López Mateos y la Ley Federal de Radio y Televisión
 - 1.7 Qué pasó con Gustavo Díaz Ordaz
 - 1.7.1 Primer proyecto estatal educativo
 - 1.7.2 Aparición del videotape
 - 1.7.3 Televisión a color
 - 1.7.4 Nace el canal 8
 - 1.7.5 Telesecundaria, proyecto gubernamental
 - 1.7.6 Díaz Ordaz y el impuesto del 12.5%
 - 1.7.7 Creación de la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión
- 1.8 Luis Echeverría Álvarez, el presidente "sui generis"
 - 1.8.1 Origen de la subsecretaría de Radiodifusión
 - 1.8.2 Nacimiento del Centro de Estudios de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación
 - 1.8.3 Compra el gobierno Canal 13
 - 1.8.4 Televisión Rural de México
 - 1.8.5 Surgimiento de Televisa S.A.
 - 1.8.6 El Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión
2. Política de Comunicación Social de José López Portillo
 - 2.1 Crisis y medios de difusión
 - 2.2 José López Portillo y el Plan Básico de Gobierno
 - 2.3 Mérida, el derecho de oposición de las minorías
 - 2.4 López Portillo recibe el poder, planes y proyectos
 - 2.4.1 La Reforma Administrativa
 - 2.4.2 La Reforma Administrativa y la radiodifusión estatal
 - 2.4.3 Creación y organización de la DGRTyC
 - 2.5 El derecho a la información y la Reforma Política
 - 2.5.1 El derecho a la información como derecho de partido, no individual
 - 2.5.2 Consejo Nacional de Comunicación, se patentiza la indefinición
 - 2.5.3 Impulso del derecho a la información, preparación del terreno político
 - 2.5.4 2° Informe de Gobierno, ahora sí viene el derecho a la información
 - 2.5.5 Respuesta de los concesionarios
 - 2.5.6 Primera convocatoria para audiencias públicas sobre el derecho a la información
 - 2.5.7 1979, un paso hacia atrás y dos más

- 2.5.8 Tercer Informe de Gobierno, el tercer paso hacia atrás. Reivindicación de los radiodifusores
 - 2.5.9 Luis Javier Solana a la Coordinación General de Comunicación Social
 - 2.5.10 Los vaivenes de Luis M. Farfas
Algunas conclusiones preliminares
 - 2.5.11 "Bases Estratégicas para la Construcción de un Sistema Nacional de Comunicación Social", el hijo sin padre
 - 2.5.12 El círculo se volvió cuadrado para Luis M. Farfas
 - 2.5.13 Francisco Galindo Ochoa, el quinto del sexenio
 - 2.5.14 El descargo del presidente, de la incertidumbre de los más a la certidumbre de los menos
 - 2.5.15 Creación del Foro Permanente de Comunicación Popular, respuesta de los grupos independientes al gobierno
Derecho a la información, balance de una administración errática (conclusiones)
3. Reorganización del sector de los medios de difusión gubernamentales. Ahora sí la vamos a hacer
- 3.1 Los hombres de la directora
 - 3.2 El Plan Maestro de RTC
 - 3.2.1 Creación de PRONARTE
 - 3.3 Televisión Rural de México. Es decir, tú pones el programa y yo pongo el nombre
 - 3.4 Expansión de la radiodifusión estatal
 - 3.5 Programa 1979-1982, de Televisión Rural de México a Televisión de la República Mexicana
 - 3.6 Convenio SCT-Televisa. O sea, la carne para los concesionarios y los huesos para los canales oficiales
 - 3.7 La educación y el uso de los medios de difusión
 - 3.8 1982, culminación de la debacle
 - 3.8.1 estación terrena "Chapultepec I"
4. Canal 13, estudio de una administración errática
- 4.1 Francisco Aguirre, primeros pasos
 - 4.2 Antonio Menéndez, primer director de Canal 13
 - 4.2.1 Resultados de la administración de Menéndez, un primer acercamiento
 - 4.3 Enrique González Pedrero, rectificación del camino o "el nuevo estilo del 13"
 - 4.4 Abel Quezada, lego en la materia, anarquista e irónico
 - 4.5 María del Carmen Millán, estallamiento de la crisis
 - 4.5.1 Luis de Llano contra Pablo Marentes: incapacidad de Carmen Millán
 - 4.5.2 Pablo Marentes y la reorientación del 13
 - 4.5.3 La justificación de Luis de Llano Macedo
 - 4.5.3.1 Guerra de guerrillas
 - 4.5.3.2 Joe Cocker, la manzana de la discordia
 - 4.5.4 Nuevos cambios en el cabalístico 13
 - 4.5.5 Los resultados de la administración de Carmen Millán

- 4.6 El paso fugaz de Raúl Cardiel Reyes
 - 4.7 Alejandro Palma Arguelles y los amigos de Televisa
 - 4.7.1 Nace "Siete Días" y con él "Trecevisa"
 - 4.7.2 Elena Poniatowska, Renato Leduc y Guillermo Jordán, a la calle
 - 4.8 Jorge Velasco Ocampo y el manejo de las empresas paraestatales
 - 4.8.1 Programa de reestructuración, el "nuevo estilo"
 - 4.8.2 La salida de Jorge Velasco Ocampo
 - 4.9 Jorge Cueto García y "el canal del pueblo"
 - 4.9.1 La "India María", el "polivoz" y Angel Fernández, portadores de la cultura
 - 4.9.2 Margarita López Portillo, salud por Televisa
 - 4.9.3 La mimetización de "trecevisa"
 - 4.9.4 1980, inicio de la programación matutina y llega el brandy de "La Pantera"
 - 4.9.5 La salida de Jorge Cueto García, un secreto a voces
 - 4.10 Pedro Ferriz Santacruz o "el séptimo de la jornada"
 - 4.10.1 Desplazamiento de José Ramón Fernández, el desacato a la señora
 - 4.10.2 José Ramón Fernández contra Joaquín López Dóriga, la lucha se reinicia
 - 4.10.2.1 López Dóriga y el "Canal 14" o el poder dentro del poder
 - 4.10.2.2 Los últimos 16 días de López Dóriga en el 13
 - 4.10.2.3 El preludio del fin
 - 4.10.3 Francisco Ignacio Taibo asume la dirección de noticieros
 - 4.10.4 La salida de Pedro Ferriz y los malos manejos
 - 4.11 Claudio Farfás, octavo y último del sexenio
 - 4.11.1 Qué hizo Claudio Farfás
 - 4.11.2 La adquisición de Fernando Marcos
 - 4.11.3 La programación de Farfás y la comercialización
 - 4.11.4 Síntesis de los problemas
 - 4.11.5 La salida de Farfás
5. En dónde quedó el Canal 13, un acercamiento integral

INTRODUCCION

El trabajo aquí presentado es el producto de una investigación bibliográfica y hemerográfica dividida en 3 grandes rubros. La investigación en sí es extensa y se tuvo que hacer la lectura y análisis de gran cantidad de libros y documentos así como de la revista Proceso y del diario Cine Mundial. Sobre estos dos se hizo la revisión de los números aparecidos de 1976 a 1982.

Debido a la dificultad para manejar la información recolectada y por cuestiones de método los materiales se organizaron cronológicamente, para hacer el análisis de los diversos aspectos que integran nuestro objeto de estudio, empero en ocasiones fue necesario hacer una visión retrospectiva a fin de estudiar cada una de las etapas de la comunicación social en nuestro país y del Canal 13.

En una apretada síntesis, el primer capítulo -Antecedentes de la Televisión en México- no pretende otra cosa más que ubicar los acontecimientos que precedieron el desarrollo de la televisión en nuestro país y de ahí partir al análisis. De hecho, y de eso estamos conscientes, no se descubre "el hilo negro" de la televisión privada; hay algunos especialistas que han incursionado sobre el particular y lo han hecho con certeza. En algunos momentos se dan elementos de análisis "propios" empero el alcance que pretende tener el primer capítulo no es otro que dar sólo una introducción que nos permita comprender y ubicar adecuadamente el tema central de nuestro trabajo: el Canal 13.

A nuestro juicio el estudio del Canal 13, por consecuencia, resultaría incompleto si no es visto en relación al desarrollo que ha

tenido la televisión comercial en nuestro país, pues en última instancia el alto grado de mercantilización propició, entre otras causas, que el gobierno decidiera adquirir un medio de difusión a través del cual difundir sus mensajes.

Para llegar a explicar el funcionamiento y desarrollo de la televisora oficial consideramos pertinente, por otra parte, vincular éste con los diversos acontecimientos y disposiciones que dieron forma a "la política de comunicación social de José López Portillo", la cual se dividió fundamentalmente en tres partes: hechos y declaraciones vía dirección general de Comunicación Social de la Presidencia; política de comunicación social instrumentada por medio de la dirección general de Radio, Televisión y Cinematografía y, en tercera instancia, la relación que el presidente tuvo con los dirigentes de los medios de difusión masiva. Mas la comunicación social lópezportillista abarcó también el área educativa y la teledifusión rural, cuestiones que de igual manera son analizadas en este trabajo.

Por consecuencia, estos tres elementos serían la columna vertebral de la comunicación social con López Portillo y a partir de ésta se explicarían los conflictos, avances, retrocesos y contradicciones que se dieron al interior del Canal 13.

Luego entonces, desde esta perspectiva se parte para ir al estudio de las diferentes etapas por las que atravesó la emisora gubernamental, tomando como punto de referencia el periodo de cada uno de los directores que pasaron durante el sexenio pasado.

Por otro lado tenemos que el Canal 13 no era -ni es- un organismo autónomo; su estructura organizativa se encuentra estrechamente vinculada con diversas dependencias gubernamentales. La actividad y disposiciones de éstas fue lo que dio lugar a la mal llamada política

de comunicación social. En la medida en que Canal 13, como órgano difusor del gobierno, de hecho formaba y forma parte de dicha estructura su funcionamiento no le podía ser ajeno. Por tal situación es que consideramos pertinente analizarlo en ese contexto.

Las páginas presentadas a continuación, pues, han sido el resultado de una fatigosa investigación e incluyen las observaciones y algunas modificaciones sugeridas por los profesores Froylán López Narváez y Guillermina Baena Paz.

Dos precisiones conceptuales

Entrar en el terreno del análisis de la comunicación social implica meterse en un embrollo debido a la complejidad y multiplicidad de factores que integran o se relacionan con este fenómeno. La comunicación social tiene tantos ángulos como un poliedro y nos puede conducir a darle una interpretación errónea si no se estudia correctamente.

La intención de estas líneas es, justamente, precisar qué es la comunicación social, cómo debe entenderse y cómo se interpretó durante los diversos momentos en que ésta fue retomada con José López Portillo. Asimismo, pretendemos aclarar qué es el derecho a la información y cómo fue interpretado en el sexenio anterior a fin de llegar a su explicación.

Por un lado tenemos que la comunicación social debemos entenderla como la concepción global de una serie de fenómenos de comunicación humana, que en su conjunto se les denomina comunicación social. El mismo concepto implica tanto la comunicación interpersonal, intergrupala, intragrupal, masiva etc., como un proceso aglutinador de la sociedad. Es decir, la comunicación social está relacionada -vista en el sentido más amplio de su valor semántico- con todas las actividades que se desempeñan en un grupo social determinado. Pero además, valga el énfasis, en la comunicación social se requiere un cambio de roles entre los diferentes miembros integrantes de ese conglomerado social. O sea, los miembros de este grupo deben encontrarse vinculados y además se deben encontrar emitiendo y recibiendo información con cierta frecuencia.

Sin embargo resulta menester precisar que, por un lado, con el paso del tiempo este significado ha perdido su valor original. En la actualidad la comunicación social es relacionada con la llamada sociedad de masas. Por

otra parte tenemos que la comunicación social también, y por consecuencia, ha sido estrechamente vinculada con el avance y evolución de los medios de difusión masiva (prensa, cine, radio y televisión). De tal suerte que, entonces, a la gran diversidad de manifestaciones y fenómenos comunicativos e informativos que se dan entre los gobernantes, dueños de medios de difusión, población, grupos políticos, asociaciones culturales y académicas etc., se han identificado con la comunicación social.

Ahora bien, lo anterior nos lleva a precisar si, en efecto, toda manifestación de una idea es, por consecuencia, comunicación. Según los teóricos que se han encargado de estudiarla para que ésta pueda darse es requisito indispensable, "sine qua non", la respuesta por parte del emisor o la retroalimentación. En caso de que el mensaje inicial no obtenga respuesta se convierte en un proceso meramente informativo, que no comunicativo.

¿Por qué estas precisiones? Los encargados de la difusión en el sexenio anterior siempre se encargaron de ensalzar la "política de comunicación social" del presidente José López Portillo, siendo que ésta quedaba circunscrita no a impulsar la comunicación entre los ciudadanos y los gobernantes, sino, más bien, a lo que se llegaba era a informar. Veamos por qué.

Utilizando como portavoz a la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia era señalado que "con la búsqueda de nuevos modelos de comunicación en el ámbito nacional... Se trata, decían, de buscar el acceso del pueblo a la información, a una información sin distorsiones, de restituir a las mayorías el uso de su propia voz". De tal suerte que, según los voceros oficiales, con su "proyecto de comunicación social el gobierno pretende evitar que los receptores de la información sean meramente destinatarios pasivos del proceso de información. Propiciando así una comunicación

horizontal (¿la comunicación puede ser vertical?, creo que no) para generar una retroinformación que fuera de los receptores a los emisores y viceversa".

Desde esta perspectiva una real comunicación social implicaría el poner a disposición de la sociedad civil los medios de difusión para que sus miembros puedan expresarse y llevar a cabo la comunicación, cosa que no aconteció ni ha sucedido en nuestro país porque hay un inconveniente de fondo: mientras la estructura actual de los medios de difusión en México no sea cambiado en su esencia difícilmente podrá llegarse a resultados efectivos.

Armand Mattelart plantea que "paralelamente a esta devolución del habla al pueblo... es preciso afianzar el frente de lucha para arrebatar a la burguesía y al imperialismo el control de los medios de comunicación masiva".

¿Es posible, como pretendían los gobernantes del sexenio anterior, impulsar una política de comunicación social con la actual organización de los medios de difusión -privados y oficiales- en nuestro país? La respuesta categórica es negativa porque el generar una retroinformación de la población implicaría, por fuerza, alterar el control y manejo de los medios masivos de difusión, situación que nunca estuvo dentro del campo de acción gubernamental.

En realidad, fuera de los discursos, la "comunicación horizontal" se quedó en el papel y su llamada política de comunicación social correspondió más bien a una política de difusión social, pues salvo en contadas ocasiones no se permitió un flujo libre de ideas y, sobre todo, la señalada retroinformación. Más bien López Portillo se distinguió por frenar todo intento por impulsar la comunicación, como lo veremos con posterioridad.

Por consecuencia, y para evitar confusiones al lector, el significado que le daremos a la política de "difusión" del gobierno de López Portillo

será política de comunicación social. Es importante, asimismo, definir el valor real que tiene el derecho a la información y el uso que a éste le daban los voceros gubernamentales.

En primera instancia el derecho a la información es retomado, ya como un elemento medular de la política Lópezportillista, del Plan Básico de Gobierno 1976-1982 del PRI. En dicho documento queda establecido que "el derecho a la información significa superar la concepción exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación; significa renovar la idea tradicional, que entiende el derecho a la información como equivalente a la libertad de expresión; es decir, libertad para el que produce y emite, pero que, se reduciría si se ignora el derecho que tienen los hombres como receptores de información... implica el derecho a la información que todas las personas tienen..."

Por principio de cuentas se señala que no debería confundirse el derecho a la información con la libertad de expresión, aunque en repetidas ocasiones se caía en el garlito de identificar uno con el otro. Mientras que el primero está relacionado con quien emite y recibe información, el segundo se deriva fundamentalmente de la posibilidad que todo individuo debe tener para manifestar sus ideas con absoluta libertad. De ahí se deriva que, según Luis M. Farfás, no se haya legislado el derecho a la información porque se lesionaba la libertad de expresión. Más bien no se lesionaba la libertad de expresión, sino que con el derecho a la información se abre la posibilidad de disminuir el control de los concesionarios sobre los medios de difusión masiva, cuestión bien distinta a limitar la libertad de expresión; sin embargo, decíamos, se identificaba uno con la otra.

¿Realmente se "confundía" derecho a la información con libertad de expresión? En los hechos era la justificación para eliminarlo aunque la cuestión era de por sí transparente, pues inclusive con posterioridad Luis M. Farfás enriquecería la concepción gubernamental sobre el derecho a la información: de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, firmada en 1978 en París, retoma los 7 aspectos medulares que debían dar forma al derecho a la información: 1.-No ser molestado a causa de sus opiniones; 2.-Investigar, recabar información; 3.-Investigar opiniones; 4.-Recibir informaciones; 5.-Recibir opiniones; 6.-Difundir información y 7.-Difundir opiniones.

Estos 7 aspectos, podemos ver, enriquecen la concepción del derecho a la información, sin embargo se le pretendía identificar -aún cuando se declaraba lo contrario- con la libertad de expresión.

Por otra parte, tenemos que si bien con la modificación al artículo 6° de la Constitución y la Reforma Política se legisla el derecho a la información, éste se convierte en una garantía de los partidos políticos, pero no de los ciudadanos como antes "individuales". Dicha caracterización le restaría a la población la posibilidad, por un lado, de exigir "su" derecho a la información y, por otra parte, contradiría la visión que los gobernantes tenían en el sentido de haber impulsado el derecho a la información, sobre todo porque la inexistencia de una ley reglamentaria del artículo sexto constitucional echaba por tierra la intención de hacer valer "el derecho a la información que todas las personas tienen..." y no sólo los partidos políticos.

De aquí podemos entonces concluir que:

a) El derecho a la información, con la modificación del artículo 6° de nuestra carta magna y con la legislación de la Reforma Política, es convertido en un derecho de partido, no en una garantía individual como era in-

terpretado por los funcionarios del gobierno.

b) Una cosa es el derecho a la información y otra muy distinta la libertad de expresión;

c) A pesar de que se modifica el artículo 6º (el gobierno garantizaría el derecho a la información) esto no modifica en nada la situación pues no queda establecido el cómo y en qué condiciones debe ser garantizado el derecho a la información, por la falta de una ley reglamentaria en la cual se harían dichas delimitaciones.

En este contexto es que vamos a entender la llamada política de comunicación social de José López Portillo.

1. ANTECEDENTES DE LA TELEVISION EN MEXICO

da la fusión de la Liga Nacional de Radio con el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. La fusión de las tres da origen a la Liga Central Mexicana de Radio, primer antecedente de lo que es ahora la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Según nos dice la investigadora antes señalada, "las actuaciones iniciales de esta liga -presentación y proposiciones detalladas para reglamentar jurídicamente la radiodifusión- parecen dejar establecido el carácter comercial que las emisoras privadas deciden implantar en la industria". (2)

Lo anterior parece corroborar la actitud de los industriales de este ramo cuando, por su conveniencia, a través de la LCMR se dirigen a la "presidencia de la república pidiendo facilidades para impulsar la radiotelefonía en México. Así fue como la LCMR presentó al presidente -a petición de éste- un proyecto de reglamento para regir el funcionamiento de las estaciones de radio."

Todavía cuando para la primera parte de los años veinte esta actividad había cobrado un gran auge (en el D.F. en 1923 operaban las estaciones JH, IJ, El Mundo y El Universal Ilustrado, la Casa del Radio, la XEB, El Buen Tono; en 1925 se funda, por la General Electric, la CVJ. Al finalizar esta década funcionaba la XEFE, en Nuevo Laredo; la XES, en Tampico; la XEU, en Cd. Juárez; y por último la XEH y la XET, en Monterrey), en el segundo lustro de esta década hubo un descenso de tal actividad. A decir de Jorge Mejía Prieto "en México y todo el mundo decayó la radiomanía. Muchos empezaron a opinar que lo recibido en los medios receptores era tan solo mescolanza de ruidos. Además, las radiodifusoras sufrían a cada rato descomposturas y afrontaban problemas técnicos, como el que una estación invadía frecuentemente la frecuencia de otra, por no utilizarse todavía cristales de control". (3)

Además, si se suma que hasta 1925 las estaciones radiofónicas trabajaban prácticamente sin estar sujetas a ninguna disposición jurídica, debido a la tradición de no intervención estatal. Como resultado de esta situación se llegó al caos.

Lo anterior resulta significativo, pues si bien de 1923 a 1926 se crearon 16 estaciones, de 1927 a 1929 se encontraban en actividad 19 emisoras; es decir, en 3 años sólo se crearon 3 radiodifusoras.

La industria de las ondas hertzianas, de hecho, ya había sentado sus bases y configuraba, de facto, su carácter comercial. Al inicio de la década de los treinta, entonces, se contempla una empresa con rasgos sumamente peculiares. Patricia Arriaga menciona al respecto que son 3 estas cualidades:

"1.-La radiodifusión era utilizada como un medio para vender aparatos de radio al público consumidor (La Casa del Radio. General Electric);

"2.-Las empresas que deseaban hacer publicidad debían montar su propia estación transmisora (El Buen Tono, High Life) que recordemos, fue el plan de la RCA en E.U.;

"3.-Los periódicos se vincularon a la radiodifusión, entre otras razones, para protegerse en caso de que el nuevo medio de comunicación se estableciera como un fuerte competidor en la transmisión de noticias (El Universal, Excélsior).

"A partir de la década de 1930, continúa Patricia Arriaga, la difusión masiva en México se estableció como un negocio lucrativo, siguiendo lo propuesto en 1922 por la ATT en E.U.: dejar la programación en manos de los anunciantes y venderles a éstos el tiempo de transmisión para sus programas y sus anuncios comerciales.

"A partir de 1930, el público receptor, así como el número de estaciones, se multiplicó (XEL, XEJP, XELZ en la capital; XEJ en

Cd. Juárez, XET en Monterrey y otras), y surgió la estación transmisora más importante de todas, la XEW, propiedad de la México Music Co., subsidiaria de la RCA y de Emilio Azcárraga.

"Azcárraga implantó, dice finalmente la investigadora, tomada de E.U., esta fórmula: la radiodifusión al servicio de la publicidad, en toda una serie de estaciones que a partir de 1930 inauguró en toda la república. En 1941 Azcárraga fundó Radioprogramas de México, una cadena de estaciones transmisoras que inició sus operaciones encadenando sus estaciones y que al poco tiempo, tenía ya 80 estaciones afiliadas..." (4)

Después de una de las más graves crisis del sistema capitalista, en su más nítida manifestación como lo fue la llamada "crisis del 29" en E.U., y después que el nuevo grupo en el poder tiene su período de reacomodo y consolidación, cuando ya han pasado las convulsiones sociales y por ende económicas, la radiodifusión tiene su "segundo aire". A partir de la década de los treinta se observan avances importantes en este campo. Vemos que por un lado se va fortaleciendo la unidad de los emisores, pues para 1932 ya existen la Liga Nacional de Radio y el Club Central Mexicano de Radio; estos organismos, según palabras de Fátima Fernández, serán el primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Es por ello, dice la investigadora, que "las actuaciones iniciales de esta liga -presentación de proposiciones detalladas para reglamentar jurídicamente la radiodifusión- parecen dejar establecido el carácter comercial que las emisoras privadas deciden implantar en la industria".

Por otra parte, se vislumbra que en esa década la participación estatal en los medios de difusión se hace más abiertamente.

Por ejemplo, el 31 de diciembre de 1930 se declara inaugurada, por Pascual Ortiz Rubio, la XEFO, emisora oficial del PNR. No obstante, su intervención no quedó ahí; durante el quinquenio 1929-1934 el Estado reforzó su control político sobre la radiodifusión, "estableció un conjunto de medidas que prohibían explícitamente a -- los particulares hacer política..." teniendo esta posibilidad sólo el Estado. Asimismo, se estableció la obligación para las radiodifusoras comerciales de transmitir gratuitamente mensajes o boletines emitidos por las Secretarías de Estado. "También se estableció un marco jurídico que, a pesar de las limitaciones de tipo político que oponía a los concesionarios de las estaciones de radio comercial, era sumamente benéfico para éstas en la medida en que regularizó y estabilizó el funcionamiento de la radiodifusión comercial y facilitó la rápida acumulación de capital en esta actividad". (5)

La citada reglamentación se refiere a la Ley de Vías Generales de Comunicación expedida en 1931, derogada por la 2a. ley del mismo nombre el 28 de septiembre de 1932, reguladora de todo tipo de comunicación. Así fue que en medio de convulsiones, crisis económicas, después de haber enfrentado las repercusiones de la Revolución Mexicana y en sí las recomposiciones de los grupos gobernantes, la sociedad mexicana ve los primeros pasos de la industria radiofónica

Enfrentando los avatares políticos y técnicos que se le presentaban, la radiodifusión fue ganando terreno, en menos de dos décadas en el país ya se contaba en 1934 con un total de 52 estaciones comerciales y 5 estaciones oficiales. (6)

1.2 LAZARO CARDENAS, LA VUELTA A LA CALMA Y LA RADIODIFUSION.

Lázaro Cárdenas pensó y de hecho intentó multiplicar la participación estatal en la radiodifusión al autorizar el desarrollo de la televisión comercial. El nuevo grupo en el poder entraba en la calma después del largo período de la revolución. Aprovechando esta calma en noviembre de 1936 Cárdenas pidió al General Francisco Mújica Montoya, secretario de la SCOP, que estudiara la forma más adecuada de que el Estado controlara las actividades de la radio. La respuesta a dicha solicitud fue un documento ("La Radiodifusión y el Estado") donde se proponía el control estatal de dicha industria; se sugerían medidas radicales, el control absoluto, una nueva estructura radiofónica. En virtud de que tal sugerencia no tenía un apoyo social consistente y enfrentaba un bloque de poder sumamente unido como eran los rediodifusores no prosperó, todo se quedó en mero proyecto. Finalmente esto da como producto un proyecto de Ley de vías generales de comunicación, en 1937, el cual se pasa 2 años en archivo y se discute en 1939, fecha en que ya no estaba Francisco Mújica M. en su lugar quedó el Ing. Melquiades Angulo G. quien nombró subsecretario al Señor Modesto C. Rolland, "cuya vinculación con los radiodifusores era tan estrecha que había sido fundador y presidente de las primeras organizaciones gremiales de los radiodifusores mexicanos".

Finalmente en el proyecto Mujiquista se suprime "el derecho de recepción"; se crea una Comisión Consultiva de Radio compuesta por una mayoría de representantes de la secretaría de Comunicaciones y a cuyo cargo quedará el estudio de todos los problemas de la radiodifusión comercial, así como la debida marcha de

las estaciones, con esta medida los industriales formarían un organismo donde podrían negociar con mayor libertad con la certeza de que las decisiones que ahí se tomaran, siempre tendrían que ser aprobadas por ellos mismos". (7)

De esta manera el proyecto original de Mújica quedaba sepultado. En esta ley sin embargo, se incluyeron nuevas disposiciones que otorgarían a los radiodifusores privados grandes ventajas para expandir su industria.

Durante el régimen de Cárdenas se instrumentaron medidas importantes. Raúl Cremonesi, en su investigación sobre "la legislación mexicana en radio y televisión", explica que el 30 de diciembre de 1936 se estatuye el "Reglamento de Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, Culturales, de Experimentación, Científicas y de Aficionados", el cual en cierta medida puede ser considerado como el antecedente directo de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960.

En el campo de la radiofonía la principal aportación de Cárdenas estriba en cohesionar a los empresarios de esta industria en una cámara de su ramo, para pasar a ser órganos de colaboración del Estado. Esto acontece con la promulgación, el 18 de agosto de 1936, de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria.

Al respecto Patricio Marcos, especialista en la materia, señala que esta fecha es importante pues "... como en otras áreas del aparato estatal, fue durante el gobierno del divisionario de Jiquilpan, y con independencia de la significación política de la ruptura de éste con el jefe máximo (Plutarco Elías Calles), cuando se institucionalizaron los intereses de las corporaciones privadas en México." (8)

Con todo y sus limitaciones, el General Lázaro Cárdenas pretendió tomar un control más directo de la radio; dicha iniciativa fue el resultado de la constante violación por parte de los concesionarios a la Legislación. Ello lo llevó a pretender -como se vió anteriormente con el proyecto encargado a Francisco Mújica Montoya, secretario de Comunicaciones y Obras Públicas- la estatización de la radiodifusión. Desde luego por diversos motivos y debido al cambio de la correlación de fuerzas en el grupo en el poder, eso no fue posible. Al contrario, con la llegada de Avila Camacho se da un viraje de 360 grados acerca de la concepción estatal en cuanto al manejo de la ya prometedorá industria de las ondas hertzianas.

Pero con todo y lo anterior, a nivel mundial la televisión ya se había gestado. Entre 1928 y 1935, dice Jean Cazeneuve, se iniciaron las primeras emisiones experimentales de televisión y entre 1935 y 1940 se efectuaron en varios países las primeras difusiones de programas regulares. (9)

En el caso de México también se daba este fenómeno en 1934 como González Camarena iniciaba experimentos y realizó varios programas de T.V.... logró desarrollar en 1939, bajo el patrocinio de una compañía vinícola de Chihuahua, un sistema de televisión a colores. Este fue patentado en México y en el extranjero y estuvo en uso en E.U. por varios años hasta que fue sustituido por el sistema 'Bicolor Simplificado'. El invento sirvió de base para los posteriores sistemas de T.V. a color. (10)

Así tenemos que, durante la década de 1930 a 1940, simultáneamente a los avances en la industria radiofónica a nivel mundial, en el interior de nuestro país también acontecen hechos de

trascendencia para su desarrollo: En junio de 1937 se crea la Asociación Mexicana de Radiodifusores Comerciales (AMERC). Dicha institución viene a ser una respuesta a la monopolización de empresas poderosas encontradas en el centro del país, el funcionamiento de las cuales comenzaba a afectar los intereses de las difusoras de provincia ya que las empezaba a desplazar... Por esa razón en la organización de la AMERC se establecía como objetivo fundamental el "defender los intereses comunes de las radiodifusoras (y) hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades..." (11)

A la convención nacional acudieron representantes de 20 estaciones del país (10 del D.F. y 10 de provincia), lo cual refleja por un lado "la preocupación por el desplazamiento a que es taban siendo sujetos los difusores de provincia; por otra parte, se manifiesta la enorme concentración y centralización de la industria radrofónica en el centro económico y político de México.

A finales de 1940 la radio ya reflejaba su avance, el so tenimiento de ésta se daba a base de la "venta de tiempo" de pro gramación que las emisoras hacían a diferentes anunciantes; en su programación se incluía a personajes, orquestas y grupos fa mosos.

1.3 PUERTAS ABIERTAS A LOS RADIODIFUSORES CON: MANUEL AVILA CAMACHO.

Manuel Avila Camacho ya encuentra un sector consolidado y con cierta experiencia en el ramo. De tal forma que contrariamente a la política de su antecesor, la política del General Avila Camacho se distinguió por hacer a un lado y restarle importancia a la participación del Estado en este terreno. Asimismo, contribuyó a facilitar al sector privado su expansión.

Dicha política resulta consecuente con la postura de Avila Camacho, pues para él -como representante del grupo gobernante- la iniciativa privada era el factor para impulsar el progreso de México; además consideraba que la imagen y difusión de las ideas y sus proyectos podrían hacerse a través de las estaciones comerciales ya que éstas tenían la obligación, según las leyes y reglamentos relativos, de transmitir prioritariamente los mensajes de carácter oficial cuando el gobierno lo solicitara.

A lo largo del período presidencial de Manuel Avila Camacho también se dan algunos hechos trascendentales que dejan marcado el desarrollo de la radiodifusión. Entre otros tenemos la creación de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión; el 15 de diciembre de este año la Dirección General de Comercio e Industria, subordinada a la Secretaría de Economía Nacional, autorizó y aprobó la constitución de la CNIR., (La CNIR se presenta, entonces, como el resultado de su antecesora, la Asociación Mexicana de Empresas Radiodifusoras (AMER), la cual tenía la idea básica de formar una unión de las estaciones de los estados, (y) "luchar por la superación de éstos y coordinar un intercambio técnico, creativo y comercial. (12)

Con dicho organismo quedó constituida, de hecho, el arma con la cual los empresarios de dicha industria enfrentarían -y enfrentan hasta la fecha- los golpes que pretendiera darles el gobierno.

Para estas fechas Emilio Azcárraga Vidaurreta ya mantenía una posición de fortaleza como para consolidar, posteriormente, la empresa televisiva en nuestro país. Prueba de ello era el lograr la presidencia de la recién fundada CNIR; igualmente, con él se consolidaban en el Consejo Directivo Luis de la Rosa, José Luis Fernández, Juan Cross Buchanan etc., todos ellos después importantes personajes de la televisión mexicana.

Este mismo año, 1941, también nace Radio Programas de México fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez, RPM era controlada, en ese entonces, por el grupo de - XEW y XEQ. Tal fue el control de RPM que de 1941 a 1950, además de encargarse de la producción de programas para la industria nacional, logró exportar material a Centro y Sudamérica. En esta década también se puede contemplar el crecimiento de RPM: en 1941 tenía sólo 6 afiliados; para 1945 logró 78, tres años después -- congregó 89 y al finalizar este decenio tuvo 92... "En 1944 y 1945 el Señor Clemente Serna Martínez realizó dos viajes de 3 meses cada uno a Centro y Sudamérica para incorporar estaciones de dichos países a RPM, esto le permitió expandir su campo de acción para exportar programas radiofónicos elaborados en México." (13)

Si se suma la cobertura que logró consolidar este sector en el espectro político de México, con la ayuda ofrecida por el propio Estado -como fue el poner a disposición de aquél la infraestructura y sin costo la red de telecomunicaciones estatales;

también se prestó apoyo en las convenciones y reuniones de carácter internacional que se realizaron en ese entonces- veremos que a final de cuentas todo ello sirvió para ganar terreno y conformar un organismo que ha sabido aprovechar la coyuntura y, finalmente, ser un grupo que proponía modificaciones a la legislación a lo cual el gobierno únicamente se ha limitado a ejecutar y legitimar tales medidas al modificar la legislación de acuerdo a los intereses de los empresarios de la radio.

Durante la década de los 40 la industria radifónica observa una expansión acelerada: en 1941 la inversión en este rubro fue de 11,550,685.72; para 1950 aumentó a 42,510,473.85. Dicho incremento se dio por el aumento de capital fijo provocado por la compra de equipo y por la construcción de nuevas instalaciones... las localidades, por consecuencia, aumentaron de 126 en 1941 a 195 en 1950. No digamos que también los propietarios de las diferentes estaciones adquirieron equipo más moderno, como fuera equipo de teletipo y grabación, la adquisición de una "antena unidireccional" por la XEF etc.

La siguiente tabla evidencia el desarrollo y los alcances de esta industria:

Desarrollo de la Radiodifusión 1941-1950 (14)

Año	No. de Estaciones	Inversión (pesos)	Ingresos Brutos (pesos)	Egresos (pesos)	Utilidades Netas (pesos)
1941	126	11 550 685.72	7 005 709.78	5 705 849.77	1 299 860.01
1942	132	13 000 000.00	9 279 331.83	7 272 889.76	2 006 644.07
1943	138	15 245 148.47	10 962 862.45	9 881 119.79	1 081 742.66
1944	137	16 829 756.00	14 415 176.03	12 654 953.42	2 295 655.97
1945	147	15 697 653.62	18 809 238.60	15 835 939.24	3 421 260.09
1946	151	19 706 110.78	24 332 211.54	20 401 851.37	4 375 427.33
1947	167	28 610 533.25	27 535 168.75	23 984 079.01	4 500 095.47
1948	165	29 767 756.45	28 298 094.00	24 342 983.80	4 592 543.69
1949	166	40 836 260.08	36 558 609.69	33 954 306.51	5 462 210.50
1950	195	42 510 473.85	49 943 095.60	45 919 410.74	6 792 676.88

Mientras lo anterior acontecía, en el mismo ramo también se dejaba sentir la llegada de capital extranjero. Subsidiarios de empresas extranjeras, fundamentalmente norteamericanas, iniciaron su integración al inicio de los cuarentas: "RCA Victor Mexicana, en 1935; Industria Eléctrica de México, S.A. (Westinghouse) en -- 1945; Phillips de México, S.A., en 1946; General Electric, S.A. de C.V., en 1948".

Aunque y justo es hacerlo notar, dicha penetración continuó aceleradamente hasta 1967. En 1950 se estableció la Philco, S.A. de C.V.; Admiral de México, S.A., en 1954; Manufactureras Electrónicas SIM, S.A., en 1956; Industria de Telecomunicaciones, S.A. de C.V. en 1967.

Asimismo, Magnavox y Radson distribuyen sus productos en México desde 1949 a través de Construcciones Electrónicas, S.A. - (16)

Por otra parte es un dato curioso que para 1945 ya se pensaba en la instalación de satélites. Arthur C. Clarke propuso por primera vez, en octubre de ese año, la utilización de satélites artificiales para lograr una red mundial de T.V. (17)

En otras palabras, al desarrollo de la radio siguió inmediatamente el auge y desarrollo de la televisión.

Es preciso volver la vista atrás y hacer notar que en 1944 Cecilio Ocón, industrial mexicano vinculado al inventor norteamericano del bulbo eléctrico y quien descubrió el electrón, Lee de Forest, trataron de obtener del presidente Ávila Camacho la concesión para explotar comercialmente la televisión.

Sin embargo, aún cuando se señalaba que el jefe del ejecutivo "ofreció una amplia colaboración", no hubo resultados halagüeños para los industriales, entre otras cosas por la legislación que prohibía otorgar concesiones a extranjeros.

El tiempo siguió su curso y a pesar de los intentos por echar a andar la televisión no fue sino hasta el 7 de septiembre de 1946, cuando se inauguró la primera estación de televisión experimental en México. En esa fecha nace XHIGC, en la Ciudad de México.

A decir de los enterados el primer programa fue artístico y de entrevistas. "En 1948 se realizaron varios programas cotidianos con lo que se llamó primera exposición objetiva 'presidencial',

del entonces presidente Miguel Alemán".(18)

Varios fueron los intentos para lograr que la televisión fuera concesionada a particulares. En el año de 1946 Emilio Azcárraga, a través de un telegrama, solicitó al presidente Manuel Avila Camacho el permiso para operar estaciones comerciales de televisión; después de una consulta con el secretario de la SCOP, el primer magistrado respondió negativamente (es necesario aclarar que el régimen de Avila Camacho fenecía en 19 días más) por dos razones: el nuevo gobierno podría impugnar la decisión y, por otra parte, conceder el permiso en esas circunstancias podría despertar dudas sobre la honradez del gobierno.

Manuel Avila Camacho terminó su periodo y con él dejó, de hecho, fortalecidos a los industriales de la radiodifusión; desde luego que todo ello fue gracias a los vínculos y lazos que el sector empresarial estableció con el grupo gobernante; aquéllos, con Azcárraga a la cabeza, apoyaron la candidatura de MAC: Alonso Sordo Noriega, locutor de la XEW, participó en la campaña electoral... además de ello las cadenas radiodifusoras siguieron creciendo.

1.4 CONSOLIDACION DE LA TELEVISION DURANTE EL PERIODO DE MIGUEL ALEMAN

Con Miguel Alemán en la presidencia la televisión comercial irrumpió. A iniciativa de intelectuales y artistas vinculados con el INBA se pidió al presidente, en 1947, utilizar la televisión con fines sociales y culturales, por otra parte se incrementó la solicitud de concesiones. El resultado fue que Miguel Alemán encargó a Carlos Chávez, director del INBA, el análisis de todo lo que se refiriera al uso y manejo de la televisión.

Lo anterior dio como resultado la formación de una comisión, encabezada por Salvador Novo y teniendo como "asesor técnico" a Guillermo González Camarena, la cual se avocó al estudio. El resultado fue que, a fin de cuentas, se recomendaba el permitir la explotación mercantil de la televisión y también el "informe técnico" de González Camarena sugería la adopción del modelo norteamericano.

Conforme pasaba el tiempo seguían las solicitudes para obtener una concesión. Inclusive en el número 36 del boletín radiofónico de noviembre de 1947 era señalado que Emilio Azcárraga tenía la intención de adaptar los estudios de la XEW y la XEQ para la televisión.

Mientras inquietudes y declaraciones iban y venían el gobierno mexicano emitió un decreto de Radiocomunicaciones. A través del Diario Oficial, el 1° de febrero de 1948 se publica el "Decreto que aprueba la Convención Internacional de Radiocomunicaciones, firmada en Río de Janeiro, el 27 de septiembre de 1945".(19)

Por fin ya hacia 1949 el gobierno de Miguel Alemán Valdés concedió la primera concesión a "Televisión de México S.A." de Ró-

Mulo O'Farril, dicha estación -canal 4- quedó establecida en el D.F., en lo que ahora es el edificio de la Lotería Nacional. Frente a este hecho consumado el gobierno manifestó su voluntad de usar la televisión con fines sociales y culturales además de reconocer que su uso sería Comercial. (20)

Por su parte, los concesionarios señalaban que "por ventura frente a esa muralla de impedimentos, se levantó nuestra fe inquebrantable y todas las facilidades que gentilmente nos brindaron..." Lo anterior fue expresado hasta que se dio la inauguración oficial, el 31 de agosto de 1950, con una transmisión de Jockey Club en el Hipódromo de las Américas, a la cual asistieron Agustín García López, secretario de la SCOP, en representación de Miguel Alemán Valdés; Walter Thurston, embajador de E.U. en México; Meadi Brunet, vicepresidente de RCA en E.U. y otros funcionarios. (21)

De otro lado, en febrero de 1950, Miguel Alemán V. aprueba el decreto por el cual quedaron normadas las estaciones de T.V., lo cual de hecho deja asentada, a decir de Fátima Fernández Christlieb la regulación jurídica que fija las normas para la instalación y funcionamiento de estaciones radiodifusoras de televisión.

Todas las personas que se han encargado de estudiar este periodo coinciden, y estamos de acuerdo, que con Miguel Alemán la televisión en México quedó sellada, lo cual marcará su curso netamente comercial y alejada completamente de los intereses de la sociedad. Característica que ha tenido hasta la fecha.

Al respecto Miguel Angel Granados Chapa señala que "el entonces presidente Alemán determinó en 1950 que la televisión fuera gestionada privada y, por lo tanto, mercantilmente. Abdicó así del

ejercicio de la soberanía estatal, pues ni siquiera reguló la manera en que los particulares desarrollarían la nueva, potente, colosal industria. Haber resuelto que la televisión fuera un servicio público, prestado por organismos de derecho público, no hubiese sido una decisión totalitaria, leviantesca..." (22)

A la apertura de canal 4, concesionado a O'Farril, le sigue el canal 2, cedido a Emilio Azcárraga Vidaurreta en octubre de 1950. Sin embargo sus transmisiones regulares las inició hasta el 21 de mayo de 1951 con la emisión de un juego de beisbol. (23)

Inicialmente el canal 2 transmitía en los estudios de la XEW, en tanto se acondicionaban sus instalaciones en Av. Chapultepec, con lo cual entraba a la competencia con el canal 4.

Hasta aquí hemos abordado una somera cronología del desarrollo de la televisión en el periodo de Miguel Alemán, vamos a detenernos un poco para hacer algunas precisiones en cuanto a las diversas condiciones en que la televisión mexicana se desarrolló.

Una de las condiciones objetivas que dan lugar a este hecho es nada menos que la expansión del mercado norteamericano; no olvidemos que, tal como señala Fátima Fernández, para 1950 en E.U. existen ya 10 millones 500 mil receptores de televisión, fabricados por las mismas corporaciones que controlan la radiodifusión, tanto en México como en otros países latinoamericanos. Por otra parte, y retomando a Raúl Cremoux, es tangible observar que "su nacimiento (de la televisión) obedece concretamente a un plano en el que el pleno ejercicio del dominio es la resultante natural de los años de la posguerra. En una situación semejante, agrega, de clara y desproporcionada influencia del capital privado en los manejo de mayor trascendencia pública, la televisión ha sido parida bajo la benévola mirada pa-

trifurcal y autoritaria del 'buen vecino' anglosajón..." (24)

Lo anterior se corrobora fácilmente con algunos datos reveladores acerca de la inversión extranjera en nuestro país hacia los años cincuenta Patricia Arriaga, en su libro "Publicidad, economía y medios de comunicación" (p. 190) nos indica que "con respecto a la nacionalidad del capital extranjero invertido en México, encontramos que si en 1950 60% era de origen norteamericano, para 1970 el porcentaje se había elevado al 85%..." (esto es del 100% del capital extranjero invertido en nuestro país).

Aunado a lo expresado con antelación, y de acuerdo al enfoque de Patricia Arriaga, tenemos otras condiciones de igual importancia que explican la estructura y desarrollo del sistema mexicano de difusión masiva:

- "1.-La industria electrónica extranjera interesada en ampliar el mercado de los aparatos relacionados con la radio y, posteriormente, con la televisión.
- "2.-Las empresas del sector de bienes de consumo, especialmente las extranjeras, dispuestas a financiar un sistema de difusión masiva que, al igual que el norteamericano, atendiera las necesidades de comercialización de sus productos.
- "3.-Los empresarios nacionales interesados en hacer de la difusión masiva un negocio lucrativo.
- "4.-Las empresas vinculadas a la difusión masiva, agencias de publicidad, productoras filmicas etc..., interesadas también en ampliar el mercado para sus servicios". (25)

La investigadora concluye que la conjugación de estos factores permitió que el sistema mexicano de difusión masiva, por la relación que guarda con el sector de bienes de consumo, se integrara a

la dinámica económica del país. Pero además la razón principal por la cual el sistema mexicano de comunicación masiva fue estructurado tomando como modelo el operante en E.U. fue el gran peso que tiene el capital norteamericano en la economía nacional y el hecho de haber demostrado ser un negocio altamente lucrativo.

Si a esas condiciones que dieron lugar al desarrollo de la televisión comercial en México sumamos las facilidades que dio Miguel Alemán a los concesionarios (se dieron exenciones de pagos fiscales, permisos de libre importación de equipos y materiales para las empresas radiofónicas y una legislación acorde a sus intereses: es decir, una legislación que cedía a los empresarios de la televisión todo el derecho sobre su explotación...) tenemos que a los concesionantes se les puso en bandeja de plata la televisión y dejó a otros el derecho que el Estado tenía para explotar esta industria.

El 18 de agosto de 1952 nace el tercer canal, el 5, propiedad de Guillermo González Camarena. Viejo promotor de la televisión en México, finalmente a González Camarena se le hace realidad la adquisición de una concesión. Desde tiempo atrás éste se había dedicado a promocionar la comercialización de aquella, a tal grado que llegó a instalar circuitos cerrados de televisión en los más prestigiosos centros comerciales y cines del D.F.

El sexenio de Alemán Valdés se mantuvo invariable: siempre hubo una política favorable a los radiodifusores. En su último año aprobó un decreto que reformaba los artículos 121 y 142 del Reglamento relativo a la materia. Tiempo atrás se establecía que el concesionario se responsabilizaba de todo cuanto dijeran quienes hablaran en pantalla, con la reforma se les eximía de dicha responsabilidad a los concesionarios. Así finaliza el período alemanista.

1.5 ADOLFO RUIZ CORTINES Y EL ROMPIMIENTO DEL ROMANCE

El tiempo del romance había terminado. Con Miguel Alemán también se fueron los días en que juntos, empresarios y gobierno, caminaban tomados de la mano.

El régimen de Miguel Alemán, como es sabido, se había caracterizado por ser el más corrupto hasta ese entonces. Ruiz Cortines se interesó por controlar el contenido de las transmisiones y de hecho organizó un programa para mejorar la imagen del nuevo gobierno por medio de radio y televisión.

Los primeros choques empezaron a darse, la XEX y el canal 4 de televisión dirigían una campaña patrocinada por empresas comerciales, de ataques a funcionarios públicos. Finalmente la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas nombró interventores en las estaciones que reforzaron la vigilancia sobre el contenido de los programas que se transmitían. De antemano se puede expresar que esta medida, la cual se da por medio de la expedición de un decreto, es la medida de mayor trascendencia del régimen de Ruiz Cortines, pues además del decreto se establecía que los gastos resultantes de la supervisión deberían ser cubiertos por los concesionarios.

El control genera descontentos, Adolfo Ruiz Cortines es receptor de las protestas de los presidentes de la Cámara de Radio y Televisión por la vigilancia del gobierno. No se hace esperar la respuesta. Sin embargo vayamos a un acontecimiento muy sintomático que se da después de las medidas instrumentadas por el gobierno.

CREACION DE TELESISTEMA MEXICANO

¿Qué había atrás de la decisión de unificar los tres canales que habían transmitido su señal cada uno por separado? En materia de medios de difusión masiva éste es, quizás, el acontecimiento de mayor

trascendencia en este sexenio.

A decir de sus dueños, de los canales 2,4 y 5, el objetivo era "crear una estructura más sólida, benéfica para la industria y con mayores posibilidades de éxito y expansión".

Desde finales de 1953 ya se corría el rumor de la unión entre O'Farril, Azcárraga y Camarena, pero no fue sino hasta el 16 de septiembre de 1954 que transmitieron juntos por vez primera los canales 2 y 5. Canal 4 lo hizo hasta después de un año que se integró a TSM.

Aparentemente la fusión de los tres canales existentes hasta 1954 se daba "como un medio de defensa de tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos" (según palabras de Emilio Azcárraga, principal accionista). Empero todo indica que además del objetivo antes señalado había dos más: por un lado eliminar la competencia y constituir un monopolio que controlara y penetrara su imagen a todo el país. Sobre este punto los datos lo demuestran fehacientemente: en 1954 se instaló la primera retransmisora de TSM, en Cd. Juárez, con el nombre de Televisión de la Frontera S.A., en 1958 aparecieron otras instalaciones afiliadas: Cadena Televisora del Norte S.A., Canal 3 de Monterrey, Nuevo León, y Televisora del Golfo S.A.; Canal 7 de Tampico, Tamaulipas. Con estas y otras estaciones, en 1967 ya existían 17 empresas televisivas con 23 canales en total. Cuatro en el D.F., Jalisco, Nuevo León, Chihuahua y Baja California norte contaban con tres cada uno; Sonora y Tamaulipas con 2 y Colima y Coahuila con uno..." (27)

Además de cumplir con los objetivos señalados con anterioridad, a mi parecer en el fondo de la creación de TSM había, de una manera implícita, una respuesta política de los concesionarios a la actitud que había asumido el gobierno de Ruiz Cortines al inicio de su gestión, cuando trató de supervisar los mensajes que se emitían en radio y televisión.

O sea, era más fácil hacer frente a los embates gubernamentales si los concesionarios mantenían su unidad y solidez como una industria única, además que con ello controlaban y monopolizaban el mercado, de un solo golpe resolvían varios problemas.

De esa manera, entonces, el 26 de marzo de 1955 quedó constituido formalmente Telesistema Mexicano S.A., con una manifestación de 10 millones de pesos por 10 mil acciones de \$1000.00 c/u divididas en 2 series, repartidas de la siguiente forma:

En la serie A acciones nominativas que debían estar en poder de mexicanos, éste 51% del total de acciones:

Emilio Azcárraga V. _____	2600 acciones
Rómulo O'Farril Sr. _____	2500 " "

Serie B, acciones al portador con el 49% del total:

Emilio Azcárraga V. _____	1400 acciones
Rómulo O'Farril Sr. _____	1500 " "
Rómulo O'Farril Jr. _____	500 " "
Emilio Azcárraga M. _____	" " "
Ernesto Barrientos R. _____	" " "
Fernando Díaz Barroso _____	" " " (28)

Todavía cuando los industriales de la radiodifusión consiguieron que se les dieran puertas abiertas en la industria televisiva los choques con Ruiz Cortines, con sus altibajos, fueron más o menos constantes.

A un año de la fusión de TSM, Guillermo González Camarena, presidente de la Cámara de la Industria del Radio y la Televisión ataca en 1956: "...las autoridades comienzan a amenazarnos y en la actualidad nuestra cámara libra la más tremenda batalla para que se respete la Ley Gene-

ral de Vías de Comunicación, donde se expresa con absoluta claridad que las radioemisoras están EXENTAS DEL PAGO DEL IMPUESTO LOCAL... La SCOP con sus circulares, decretos y proyectos, nos han creado una situación crítica para la existencia y desarrollo de nuestros negocios". (29)

Es decir, pedían todas las facilidades. En 1957 proseguían los contrataques: Por medio de Fernando Sánchez Ayala, en representación de la CIRT, pedían al presidente Adolfo Ruiz Cortines: "...que la Ley General de Vías Generales de Comunicación fuera modificada y puesta en forma adaptable para que sea posible que la industria se extienda hasta donde le permitan los compromisos comerciales, para que de esta forma se pueda satisfacer el incontenible deseo de muchos hombres de empresas que desean invertir capitales en instalación y operación de estaciones de radio y televisión en todo el país". (30) O sea, sólo se pedía la comercialización de este medio al cien por ciento.

El Estado, por su cuenta, en términos reales tenía una influencia y poder sumamente relativos, pues como se ha demostrado su papel se ha limitado a ser "administrador jurídico" de los medios. De una u otra forma los concesionarios siempre han sabido imponer su voluntad. Fátima Fernández expresa que si bien "todos los gobiernos que han sucedido al de Carranza se han preocupado, de una u otra forma, por la radiodifusión, la participación del Estado se redujo, hasta 1960, a la administración jurídica de una industria en la que las decisiones sobre operación y contenido han correspondido al capital monopolista internacional". Ese, entonces, también fue el papel de Adolfo Ruiz Cortines.

Por parte de los dueños de TSM los objetivos habíanse cumplido al pie de la letra, para el año de 1959 TSM erogó 21 millones de pesos para crear una "red nacional" de televisión. En 1959 cubría 20 estados de la República, y en 1960 ya poseía 20 estaciones que le aseguraban la cobertura nacional.

1.5.1 CREACION DE CANAL 11 DEL IPN

Aunque de hecho el canal 11 no ha presentado, por muchas y justificadas razones si se quiere, un dique al desarrollo de la televisión comercial y sin querer entrar al análisis y polémica sobre la creación de este canal, pues constituiría una investigación aparte, únicamente lo mencionamos como un acontecimiento importante y se destaca por haber ocurrido en el periodo que estamos analizando.

De tal forma, tenemos que el canal 11, según Granados Chapa, se crea el 15 de diciembre de 1958, con lo cual se "inicia la participación del Estado en el manejo de su propia televisión... Dotado de una señal débil, continúa, esta primera difusora de televisión estatal ha tenido que desenvolverse en un nivel artesanal, en contraste con la televisión comercial.

"La actual situación jurídica del canal 11 se funda en el decreto que establece que el canal 11 se utilizará para la transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social, publicado en el Diario Oficial el 2 de agosto de 1969. En él se establece que la operación de dicha emisora corra a cargo de la SCT,

mientras que la programación corresponde a la SEP. Esta ejerce dicha función por medio de la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas (COFAA) del IPN, creada por decreto el 2 de marzo de 1976". (31)

1.6 ADOLFO LOPEZ MATEOS Y LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

De hecho el nacimiento del canal 11 se da con el ascenso de Adolfo López Mateos a la presidencia y aún con todo el decreto girado por Ruiz Cortines los concesionarios de radio y televisión en un corto tiempo lograron crear un grupo demasiado poderoso, política y económicamente; sobre todo porque los mismos concesionarios ocupan puestos importantes en otros sectores de la economía.

El régimen de Adolfo López Mateos significó precisamente por promulgar la primera Ley Federal de Radio y Televisión, medida que provocó un gran revuelo.

En su parte medular la nueva ley estableció que el espacio donde se propagan las ondas sonoras y electromagnéticas pertenecen a la nación y el Estado es el único con capacidad para concesionarlo o explotarlo. En ésta además son señalados los lineamientos generales que deberán seguir las programaciones... dando un duro golpe a las prerrogativas de los industriales de radio y televisión.

La respuesta a dicha legislación fue terminante. Los industriales expresaron su desacuerdo y presionaron en ... el Senado, con lo cual lograron la modificación de los artículos a su favor de los artículos de la ley, ya habiendo estado aprobada por la Cámara de Diputados.

Es preciso destacar que el Estado en ese entonces manifestó su deseo de intervenir como emisor en la televisión, sólo que a través de los canales privados.

El Decreto de la Ley Federal de Radio y Televisión fue expedido el 8 de enero de 1960 y publicado en el Diario Oficial el 19 de enero del mismo año.

Curiosamente, aunque la nueva ley viene a ser un "golpe" a los concesionarios, se observan diversas características: la radiodifusión pasa a ser una actividad de "interés público" (no de "servicio público") y el Estado dará facilidades para que las estaciones sean susceptibles de ser capatadas en el extranjero; en la LFRyT se habla de que el Estado fijaría las tarifas mínimas... ¿y las máximas?; en esa fecha no se fijan el número máximo de anuncios permitidos (lo cual fue hecho hasta 1973) en cada programa y entre uno y otro; se crea la Comisión Nacional de Radio y Televisión, dependiente de la Secretaría de Gobernación, a la cual se le asignan funciones de "coordinación" y "vigilancia" y ese es justamente el papel que ha adoptado el Estado. Es decir, se ha dedicado a "administrar jurídicamente", y de ahí que cuando ha querido retomar el terreno perdido se encuentre incapacitado jurídica y políticamente para hacerlo.

Se olvidaba mencionar que en los planteamientos teóricos para crear la LFRyT de 1960 intervinieron gentes estrechamente relacionadas con el medio de los concesionarios, como José Luis Fernández y Luis de la Rosa, entre otros, quienes buscaron por todos los medios de eliminar la definición de "servicio público" que afectaba la esencia, el contenido, manejo y control de la radio y la televisión. (Sobre este tema se encuentran diversos estudios que tratan a fondo el problema, como es el texto de Raúl Cremoux sobre "La Legislación Mexicana en Radio y Televisión").

No obstante en su parte medular diremos que "la figura jurídica de servicio de interés público reunía un conjunto de ventajas para los industriales de la radiodifusión. Al sustituir a la de servicio público eliminaba la ingerencia del Estado en la determina-

ción de las tarifas y, además, suprimía también cualquier compromiso legal de los radiodifusores con el público". (32)

A final de cuentas resulta muy casual que los concesionarios siempre han mostrado, como señala Granados Chapa, su complacencia por la LFRyT. Además, según Cremoux, es "una ley cuyo contenido refleja el trato preferencial que tendrán los radiodifusores" durante el periodo de Adolfo López Mateos.

De la LFRyT de 1960 se sacan varias conclusiones, de entre ellas una de las más importantes es la que Fátima Fernández Christlieb señala pues, dice, "con la LFRyT de 1960, se intentó limitar el poderío económico de los industriales, mediante la reducción de propaganda comercial; medida que a nuestro juicio, aclara, buscó una legitimación del poder político del Estado frente a los concesionarios y frente a determinados grupos sociales.

"La LFRyT de 1960, continúa la investigadora, surge en el contexto de las luchas de 1958 de ferrocarrileros, telegrafistas, petroleros. Estos hechos plantean al Estado la necesidad de buscar medidas que a la vez que controlen a los grupos disidentes, reivindicque la lesionada imagen gubernamental". (33)

Con la citada ley se trató de "limitar el poderío económico de los industriales", pero en la práctica los concesionarios gozaban de la misma salud que antes; en otras palabras, la nueva LFRyT en realidad sólo venía a legitimar "su actividad" y a legalizar la explotación comercial de radio y televisión. ¿Acaso no lo demuestra la declaración de Guillermo González Blumenkron -presidente de la CIRT- el 1º de octubre de 1961, durante la Semana Nacional de la Radiodifusión? En dicho evento tal personaje exaltó la "noble comprensión de Adolfo López Mateos... que bien nos concedió su determi-

nante concurso para materializar vigorosamente nuestros propósitos, que han cristalizado en una ley (la de 1960)... que garantiza ampliamente el ejercicio de nuestros propósitos..."

Del período de Adolfo López Mateos se destaca también la implantación de una Ley de Impuestos que gravaba a las empresas explotadoras de estaciones de radio, pero el gravamen sólo comprendía al 1.25 % sobre los ingresos brutos. Esto sucedió el 21 de diciembre de 1961.

Un poco al margen también es importante destacar que mientras las actividades en radio y televisión seguían su curso normal, "en julio de 1962 se lanzó el satélite Telstar I, considerado el primer satélite de telecomunicaciones... en julio de 1963 el satélite SYCNOM..." es lanzado también. (34) Todo ello revoluciona la comunicación, a lo cual México no ha podido escapar. En 1964 se funda la Intelsat (Consortio Internacional de Telecomunicaciones), órgano que controla los satélites, formado por 106 países, entre ellos México, actualmente tienen una red de 17 satélites...(35) El sistema de satélites permitió comunicar a cualquier parte del mundo.

A dos años de finalizar su mandato López Mateos, en el D.F. el 8 de noviembre de 1962 hace del conocimiento de los concesionarios su regocijo porque, dice, "nos es grato reconocer que esa industria ha dado muestras de un alto sentido de responsabilidad, al hacer uso de la libertad irrestricta que les fue otorgada... El gobierno como invariable norma de su conducta, respetó el derecho a todas las libertades que las leyes otorgan, y confía, una vez más, en todos los que intervienen en esa industria..."

Adulaciones de un lado y de otro, los concesionarios siempre mostraron el reconocimiento al presidente Adolfo López Mateos

por su estímulo, quien con "su empeño tenaz promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión que hoy nos rige..." Esto ocurrió a escasos 2 meses de dejar el poder, discurso pronunciado por Rafael Rivapalacio en La Semana de la Radiodifusión.

Así pasó el sexenio de López Mateos, las aguas turbulentas levantadas con Ruiz Cortines volvieron a su cauce y una remarcada tranquilidad imperó en el ambiente de los medios de difusión.

1.7 QUE PASO CON GUSTAVO DIAZ ORDAZ

En realidad, a mi juicio, en materia de medios de difusión el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz se distinguió por el establecimiento del impuesto del 12.5% del tiempo de programación, resultado de un estira y afloja caracterizado por una de las etapas en que las relaciones entre concesionarios y Estado cayeron a sus niveles más bajos.

Pero antes de iniciar el análisis de ese período veamos, de pasada, en orden cronológico, algunos de los hechos más significativos y trascendentes.

1.7.1 PRIMER PROYECTO ESTATAL EDUCATIVO

El 16 de agosto de 1965 el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, a partir de los 30 minutos a que tenía derecho el Estado, previstos en el artículo 59 de la LFRYT, lleva a cabo un proyecto estatal educativo. En la fecha mencionada se inicia en circuito cerrado y en un año se lanzan en circuito abierto por medio de 9 emisoras. De los resultados se obtuvo que el índice de deserción fue alto pero quienes terminaron fueron alfabetizados.

En el Diario Oficial el 18 de noviembre de 1965 se publica el Reglamento de Radiocomunicaciones suscrito por México en Ginebra en 1959.

1.7.2 APARICION DEL VIDEOTAPE

Para estas fechas también aparece el "videotape", lo cual provoca cambios importantes en el uso de la televisión. Ahora se podía grabar previamente, las grabaciones en vivo pasaron a segundo término.

1.7.3 TELEVISION A COLOR

El 1° de septiembre de 1967 se da la televisión a color en nuestro país. La transmisión cromática se hizo simultáneamente por los canales 2, 4, 5, 7 y 9 de TSM. (37)

1.7.4 NACE CANAL 8

Otro nuevo canal ve la luz, XHTM canal 8, concesionado a inversionistas del grupo Monterrey inicia con la transmisión, desde Washington y Nueva York, de las elecciones presidenciales de E.U. Según Patricia Arriaga, el canal 8, "estaba destinado hacia la programación espectacular para captar el mayor público posible y atraer a los anunciantes que durante años habían destinado su gasto publicitario a TSM".

Casi al mismo tiempo se le otorga licencia a Francisco Aguirre para la creación de XHDF canal 13, en el que el gobierno conservó una participación. (38) El análisis de este canal de televisión es motivo de un capítulo aparte, valga la mención para ubicarlo cronológicamente.

1.7.5 TELESECUNDARIA, PROYECTO GUBERNAMENTAL

Por acuerdo del secretario de la SEP se llevó a cabo, a partir del 2 de enero de 1968, el programa del Sistema Nacional de Enseñanza de Secundaria por Televisión, después de una experimentación de año y medio.

En la fecha antes señalada se iniciaron los cursos de telesecundaria en circuito abierto con 6569 alumnos... En 1970 ya había 49,662 alumnos en el D.F. y siete unidades más. (39)

EN 1968 MEXICO SE INICIA CON LOS SATELITES

Ya para terminar de enumerar los acontecimientos de mayor relevancia diremos que desde 1968 México tuvo la posibilidad de tener acceso a los satélites artificiales. En esa fecha operó la estación terrena de Tulancingo I, la cual permite unirse a América, Asia y Africa. En 1980 se inauguró la estación Tulancingo II. Y todo parece indicar que para 1984 ponga en funcionamiento una estación similar por la Ciudad de Hermosillo. (40)

1.7.6 GUSTAVO DIAZ ORDAZ Y EL IMPUESTO DEL 12.5%

Las acciones de Diaz Ordaz dejan entrever la importancia que éste le da a los medios de difusión. Por un lado, durante su mandato se autorizan dos nuevos canales -8 y 13-. Hipotéticamente se podría plantear que lo hace con el fin, limitado si se quiere, de romper el monopolio televisivo imperante en esa época. A largo plazo hemos visto, sin embargo, que dicho monopolio se ha fortalecido.

De otro lado, Fátima Fernández Christlieb considera que "el fin real de las disposiciones del gobierno de Diaz Ordaz -participar en la televisión con el impuesto del 12.5% del tiempo- (hecho que desarrollaremos en seguida) pudo haber sido no el dominio de los medios sino una reivindicación pública del régimen diazordacista". Por tanto, la investigadora concluye que GDO no quiso participar en la televisión sino reivindicar su régimen.

Aunque tiene razón, en parte, desde mi perspectiva me parece que el Estado si tuvo la intención de participar, no obstante su "intención" se veía limitada por una serie de circunstancias:

1º El Estado, desde el punto de vista jurídico, prácticamente se había hecho a un lado, aunque la legislación reconocía la autoridad del Estado para explotar la industria de las ondas electromagnéticas, todas las manifestaciones de los funcionarios y los hechos le dieron al Estado sólo un papel de supervisor y vigilante de esta actividad.

2º El Estado no contaba con una infraestructura que hiciera posible, en ese momento, su intervención como productor.

3º El gobierno no tenía 'experiencia' de cómo hacer televisión, al mismo nivel de lo que era TSM.

Empero, y aún con todo y sus limitaciones, Díaz ordaz "trata" al menos de participar en la televisión. Finalmente no logra hacerlo, pero eso ya es otra situación. Este, desde mi perspectiva, tiene el mérito de haberlo intentado.

Pero vayamos al conocido conflicto del 12.5% del tiempo de programación que el Estado arranca a los concesionarios.

El 31 de diciembre de 1968 en el Diario oficial de la Federación aparece la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos Federales... donde queda establecido que los concesionarios que explotan empresas de radio y televisión deberfan de pagar un impuesto del 25% sobre sus ingresos brutos. (41)

Obviamente que esto era un golpe sin precedentes a los dueños de estaciones. Estos, por supuesto, dieron la cara: por medio de una campaña propagandística, la cual manejaba que el impuesto del 25% encarecería, por consecuencia, los servicios de radio y televisión; además, señalaban que los fabricantes de bienes de consumo que no soportaran el impuesto iban a cerrar. Finalmente argumentaban

que el Estado, a través de subterfugios fiscales, establecía una inquisición y censura, lo cual limitaba el derecho de la libre información y atentaba contra la constitución y la LFRyT.

Entre otras acciones, el gremio de los radiodifusores, unidos en la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, organizó asambleas para presionar y dar una respuesta a las medidas gubernamentales.

La estrategia dio resultado y para mayo de 1969 se entrevistaban con el Ing. José Antonio Padilla Segura, secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, el cual propuso 3 puntos:

a) Pidió a los concesionarios un mayor tiempo de programación gratuito para que el Estado cumpliera sus funciones.

b) Se solicita que los radiodifusores garanticen la "efectiva superación de los programas". El Estado se reservará el derecho de revisar cada 5 años si el concesionario ha cumplido con sus obligaciones...

c) Cuando el ejecutivo considere que algún asunto o tema puede perturbar la paz... podrá hacer al concesionario las observaciones... en caso de reincidencia se revocaría la concesión.

Ante esta proposición los concesionarios aceptan "siempre y cuando simultáneamente quede sin efecto, por cualquier procedimiento legal válido, el impuesto del 25% causante del problema"(42)

El problema llegó a un "final feliz". El peso y fuerza política de los radiodifusores hizo acto de presencia y finalmente el 1º de julio de 1969, es decir, 6 meses después, se llega al acuerdo de que los concesionarios pagarán un impuesto, "el cual podrán solicitar se les admita el pago de su importe con el doce y medio por

ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación". (43)

En dicho acuerdo se dejaba claramente asentado que el Estado no haría "una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial". Asimismo, se aclaraba que con este impuesto se cubriría el decretado el 31 de diciembre de 1968.

Además, en el considerando XI se indica que se escuchará a "los concesionarios" para fijar los horarios del tiempo correspondiente al Estado.

¿Por qué razón el Estado terminaba en recibir el 12.5% del tiempo de programación? ¿Acaso el gobierno no tenía ya 30 minutos diarios para sus actividades? ¿Y, sobre todo, por que se llega a tal resultado cuando los hechos demostraron que, en realidad, el gobierno no adolecía de la capacidad para explotar el 12.5% del total del tiempo de programación en radio y televisión?

De un estudio realizado por Raúl Cremoux concluye en los siguientes datos: En 1969 el Estado tenía 200 horas diarias de transmisión, no alcanzaba a explotar más del 5% de este tiempo. (44)

Con todo y los contras que se le puedan ver, esta medida viene a ser de suma importancia pues abre la puerta al Estado para tener una intervención más directa en la televisión y de hecho esto constituye uno de los primeros pasos que configuran un sistema estatal de comunicación (tema que desarrollaremos en un tercer capítulo).

En esta etapa, valga la redundancia, es donde las relaciones entre concesionarios y gobierno toman su nivel más bajo, vieniendo a ser el más crítico en la historia de la radiodifusión mexicana.

1.7.7 CREACION DE LA COMISION INTERSECRETARIAL DE RADIO-DIFUSION

El Estado ya tenía derecho a explotar el 12.5% del tiempo de transmisión, pero hacía falta el órgano que ayudara a concretar tal medida. Para conseguirlo se creó la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión el 21 de agosto de 1969, ésta dispondría del tiempo de programación de todas y cada una de las concesiones del país.

Dicho acuerdo, publicado en el Diario Oficial, establece que la Comisión Intersecretarial será integrada por "dos representantes de cada una de las secretarías de Gobernación, Hacienda y Crédito Público y de Comunicaciones y Transportes..." A excepción de los de Gobernación, sólo serían citados los otros en casos especiales. En el acuerdo se le concedían todas las prerrogativas a dicha comisión para que aprovechara el tiempo de que disponía el Estado, siendo el único conducto para autorizar las transmisiones.

De la efectividad de la Comisión de Radiodifusión es menester resaltar algunos aspectos que la reflejan. En primer lugar, hasta el año de 1976, según consigna Jorge Lozoya: la falta de coordinación en los trámites de apertura ha permitido que las radiodifusoras comerciales no cumplan cabalmente con la aplicación del tiempo que le corresponde. En segundo lugar, los concesionarios, en aquel tiempo, eran quienes decidían a su libre albedrío cómo y cuándo "no se ponía en peligro su estabilidad económica". Los mensajes eran transmitidos a las horas más bajas de auditorio. (45)

Finalmente diremos que otro de los factores a los cuales se enfrentó el Estado para explotar adecuadamente el tiempo a que tenía derecho fue la falta de capacidad de recursos humanos para cubrir

"todas" o al menos el mayor número de estaciones de radio y televisión; esto aunado, desde luego, a la falta de experiencia.

Mientras ello acontecía al interior del aparato gubernamental, no olvidemos que el país acababa de pasar por la más grave crisis política de los últimos años: como fue el movimiento estudiantil de 1968. En alguna forma el gobierno pretendía cambiar su tan deteriorada imagen y el uso de los medios de difusión podría ser un arma eficaz.

De otro lado vemos que GDO entraba en la recta final y faltaba escasamente un año tres meses para dejar el poder. El fenómeno de la "asignación del candidato" a la primera magistratura, llámese "nuevo presidente", estaba en plena candencia. Se da el "destape" y se designa a Luis Echeverría Álvarez, entonces secretario de Gob. Cuando ello sucede los empresarios -entre ellos los radiodifusores- trataron de establecer vínculos cordiales con él.

El conflicto del 12.5% del tiempo había quedado atrás. En una palabra, los radiodifusores colaboraron estrechamente con la campaña del candidato, a tal grado que a finales de junio el cierre de ésta se hizo con un programa televisado por el canal 2.

Todavía cuando el Estado ganó terreno en el campo de la radiodifusión la reconciliación se dio. El enfrentamiento quedó atrás. Finalmente también Díaz Ordaz realiza de los concesionarios el "sentido de responsabilidad" y "su aporte y contribución" al desarrollo económico del país.

La década de los sesentas empezaba a cerrarse paralelamente a los avatares políticos a que se enfrentaban los concesionarios de radio y televisión. Las nuevas circunstancias exigían el cambio de

estructuras. En ese sentido, Emilio Azcárraga inicia una nueva etapa en la industria de las ondas electromagnéticas.

Con el fin de lograr mayores ganancias y "mayor control" decidió manejar la programación televisiva, de tal suerte que televicentro decidiría el contenido de sus transmisiones y, posteriormente, ofrecería 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 alternativa de tomar lo ofrecido o no realizar publicidad en ese medio no les quedó más que aceptar la nueva disposición.

Baste mencionar algunas otras medidas que adoptaron los concesionarios para enfrentar las críticas a la radiodifusión y cerrar filas frente al "embate estatal" atentatorio de la "libertad de expresión" (de los concesionarios, desde luego) y pretendía afectar sus intereses: En noviembre de 1969 se crea la Dirección General de Noticieros, dirigida por Miguel Alemán Velasco. Esta fue la respuesta a las críticas que se hacían a la comercialización de radio y televisión, pues con la nueva dirección se pretendía expresar fielmente las posiciones políticas de los concesionarios. En 1970 hay una transformación interna de la Cámara de Industria de la Radiodifusión en Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Se cambiaron sus estatutos; el Consejo Directivo y el Presidente de este organismo eran fortalecidos. La nueva CIRT estudia métodos para cuidar los intereses de los radiodifusores, aunque después ellos mismos tratan de estrechar lazos con el Estado nuevamente.

Organizada por iniciativa de los dueños de la radiodifusión, con Clemente Serna Martínez a la cabeza, la Unión Social de Empresarios Mexicanos organiza el I Foro Nacional de Comunicación So-

cial con el fin, según sus organizadores, de pronunciarse de manera conjunta contra la pretensión que, a decir de los radiodifusores, tenía el gobierno de ejercer un mayor control sobre la radiodifusión. (47)

Con todo y sus altibajos el sexenio diazordacista, a excepción de la disposición del impuesto "en especie" del 12.5% del tiempo de programación para el Estado, a final de cuentas, como señalamos anteriormente, en el fondo las relaciones concesionarios-Estado se mantuvieron inalterables.

1.8 LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ, EL PRESIDENTE "SUI GENERIS"

Con antelación habíamos indicado que los empresarios de las ondas electromagnéticas desde la campaña de Luis Echeverría Alvarez quisieron congraciarse con él. Sin embargo, desde la campaña de éste su posición -aunque en ese momento no de una forma tan abierta- siempre fue "crítica" hacia los radiodifusores. Según algunos especialistas en la materia él ha sido el único que ha impugnado la labor de quienes hacen radio y televisión en nuestro país.

No es gratuito, por ejemplo, que el segundo día de su mandato, el 2 de diciembre de 1970, de origen a la Subsecretaría de Radiodifusión. (48) Lo cual refleja su interés por este sector.

Pero no podemos dejar de lado el contexto donde se iniciaba el periodo echeverrista. A principios de la década de los 70^s el gobierno de Echeverría encontró los vestigios del movimiento del '68: gran cantidad de estudiantes, al no encontrar respuesta a sus reclamos y necesidades políticas y frente al recrudecimiento de la crisis económica optan por replegarse en la clandestinidad para dar la lucha desde ahí, esto da paso a la guerrilla. Por otra parte la situación económica del país día con día se hacía más crítica, el índice de la inflación crecía sin control. Amén de que la dependencia económica era más que evidente, todo ello con sus costos sociales y políticos.

La respuesta oficial a la crisis política fue lo que el presidente dio en llamar la "apertura democrática"; es decir, abrir una válvula de escape por los "cauces legales" a la disidencia. Por su lado los grupos sociales organizados respondieron con el levantamiento y la disidencia: recordemos que al inicio de la década de los

setentas se da el auge de los sindicatos independientes, tendiendo a la cabeza a los trabajadores electricistas con la Tendencia Democrática; los trabajadores universitarios cada vez cobraban más presencia en el espectro político del país; los sindicatos oficiales empiezan a tener serios grupos disidentes con gran fuerza política: es la situación de los telefonistas, trabajadores de la SSA y, desde luego, los del magisterio. Además de todos ellos tenemos los sindicatos obreros que tratan de sacudirse del control de organismos como la CTM.

A la crisis económica el Estado la "enfrentó" con el llamado "desarrollo compartido". El enfoque tradicional de la economía era cambiado: control de precios y salarios; rompimiento de la exención de subsidios; revisiones anuales y extraordinarias de salarios; además la diversificación del comercio exterior para menguar la dependencia económica con E.U. etc., éstas y otras medidas causaron desconfianza entre los empresarios a tal grado de que el enfrentamiento a lo largo de todo el sexenio fue permanente. La fuga de capitales hizo acto de presencia.

Ese fue el contexto en el cual se desarrollaron los medios de difusión y obviamente que éstos no pudieron escapar a sus efectos e influencias.

En ese mismo sentido, la posición de Echeverría en cuanto a radio y televisión fue de un enfrentamiento -más demagógico que real- incesante con los concesionarios. Ello por varias razones: El tiempo demostró que LEA nunca quiso tomar el control de los medios, sólo limitar privilegios a los concesionario, como lo patentiza una de sus declaraciones cuando se le interrogó acerca de nacionalizar radio y televisión, dijo: "no, me parece que la burocratización sería terrible, como la de los periódicos ¿no?..." esos eran los límites de Echeverría

criticaba y usaba un lenguaje en algunos casos llegando al radicalismo pero con el fin de tener elementos o armas para negociar, no iba más allá de las declaraciones.

Desde dicha perspectiva el régimen echeverrista, entonces, preveía 2 rasgos fundamentales:

a) Aumentar el peso real del Estado en los medios; por consecuencia, influir en el contenido de los mensajes.

b) Por otro lado, la apertura de espacios, limitados y controlados, para la expresión de algunas corrientes de opinión con posiciones más o menos divergentes con el propio proyecto del Estado. Esas dos posiciones se reflejaban de las acciones que había asumido el gobierno.

Luego entonces, el año de 1970 marca el inicio de la participación del Estado en la televisión y para lograrlo eficazmente se requería un organismo que coordinara, de ahí la explicación del nacimiento de la Subsecretaría de Radiodifusión.

1.8.1 CREACION DE LA SUBSECRETARIA DE RADIODIFUSION

A la subsecretaría de Radiodifusión se le asignaron las funciones de producción en radio y televisión. Este organismo quedó dividido en 5 direcciones:

- 1.-Dirección General de Concesiones y Permisos.
- 2.-Dirección General Técnica.
- 3.-Dirección General de Investigación y Desarrollo.
- 4.-Dirección General de Producción y Desarrollo y
- 5.-Dirección General de Televisión Cultural de México. (49)

(Esta última nació por Decreto Presidencial el 19 de abril de 1972 y se verá con mayor detalle en páginas posteriores)

1971, primer año de Echeverría Alvarez, transurre entre los primeros enfrentamientos. La creación de la Subsecretaría de Radiodifusión es la primera disposición del presidente que pone en estado de alerta a los concesionarios, entre abril y mayo el presidente conmina y exhorta a "...industriales y comerciantes, a contribuir a escoger con mayor cuidado los materiales que llegan a los hogares por medio de la televisión..." y continúa con otra arenga: "...necesitamos que quienes dirijen los medios de difusión entiendan que el propio porvenir de la economía está vinculada en las concepciones del pueblo... tendremos que hacer una labor de armonía para que la educación escolar y educación extraescolar encuentren el camino de la armonización..." (50)

1.8.2 CREACION DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE MEDIOS Y PROCEDIMIENTOS AVANZADOS DE LA EDUCACION

Mientras de un lado el gobierno hacía críticas constantes a las emisiones televisivas, por el otro emitía un decreto oficial, el 31 de agosto de 1971, a fin de lograr la llamada armonía entre escuela y medios de comunicación, por el cual creaba el Centro de Estudios Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (organismo público descentralizado).

Los objetivos de este centro vienen a ser el fomento, planeación y control de la educación extraescolar; además se pretendía programar la investigación y experimentación educacional del país. (51)

Para cumplir con estos cometidos LEA había pedido la ayuda de los concesionarios pues sin el apoyo de los medios de difusión no tendrían éxito. A mi criterio todo fue echado en saco roto.

Según el gobierno de echeverría, se buscaba lo que tres meses antes se había pedido a los concesionarios: "armonía para que la edu-

cación extraescolar y escolar encuentren el camino de la armonización". Finalmente el resultado de este decreto se conoció: no hubo, en sí, resultados visibles.

Si bien la creación de la Subsecretaría de Radiodifusión fue una llamada de atención para los concesionarios, la creación de 1 Centro de Estudios... no tuvo mayor trascendencia, pero sí provocó cuestionamientos. La andanada de declaraciones oficiales se dieron los primeros días del mes de noviembre; éstas fueron del secretario de la SEP y del Secretario General del SNTE: el primero declara que "habrá una revisión minuciosa de los programas de televisión", el segundo dice que: "ya basta con dar manga ancha a la televisión".

Se llegó al extremo de que un consejero de la secretaría de la presidencia pide la nacionalización de radio y televisión para que el Estado ejerza estricto control" y "sirvan para mejorar los sistemas educativos...".

Hasta ese momento, nos indica Alberto Lozoya, estaba claro que el gobierno emprendería acciones para reducir el poder del monopolio televisivo. Las preguntas serían: ¿Qué se afectaría? ¿cómo se haría la afectación? ¿los concesionarios estarían dispuestos a aceptarlo? desde luego que no!

La CIRT inmediatamente dio la respuesta. Carlos Flores, presidente de ésta, en carta a los afiliados contraataca y plantea que "personas con intereses no definidos pretendieron crear confusión entre el sector oficial y el público en general, al reclamar la nacionalización de nuestra industria... lo que es nacional no es posible nacionalizarlo, operamos al amparo de una concesión federal" en este comunicado también se critican los ataques que han sido dirigidos por miembros del gabinete. "Vivimos, agrega, un régimen de derecho... el

gobierno federal no alienta interés alguno en afectar el justo equilibrio que establecen las leyes que norman las relaciones entre gobernantes y gobernados".(52)

A LEA los radiodifusores también le hicieron saber, personalmente, su inconformidad en cuanto a las críticas oficiales por el alto grado de comercialización de la televisión, en una comida ofrecida a éste durante la Semana de la Radiodifusión. Joaquín Vargas fue el encargado de hacerlo: "...se que nuestras empresas están demasiado comercializadas y que se abusa del anuncio comercial. Lo cierto es que el volumen de anuncios es variable y sus curvas de ascenso o descenso corresponden a las curvas de la actividad económica en el mercado nacional... Pero olvidan también que nuestras industrias de la radio y la televisión son posibles, gracias al patrocinio comercial, que en base a tarifas controladas por el Estado..." (53)

No hubo respuesta oficial en el momento, pero si fue dada en febrero de 1972, cuando el jefe del ejecutivo impugnó nuevamente y señaló que los medios de difusión contaminan las mentes de los jóvenes, de los niños y aún de los adultos. Por nueva cuenta los concesionarios responden que "se ha culpado irreflexivamente al radio y a la televisión como los contribuyentes a lograr la enajenación de las mentes": Carlos Flores, presidente de la CIRT.

Frente a esta situación el Estado mantuvo inalterable su posición. Las declaraciones continuaban en el mismo tono, inclusive se llegó a plantear -sólo se quedó en eso- la elaboración de una nueva Ley Federal de Radio y Televisión. Las declaraciones salían desde las secretarías de Gobernación, Salubridad y Asistencia, Comunicaciones y Educación Pública hasta las de los líderes de las cámaras de diputados y senadores: tal "pareciera" que se preparaba el ambiente

para un golpe fuerte contra los concesionarios, pero como dice el adagio popular: "mucho ruido y pocas nueces". Permítasenos, antes de continuar, para facilitar el desarrollo de este análisis, hacer mención de varios hechos que se dieron simultáneamente al enfrentamiento concesionarios-Estado.

1.8.3 COMPRA EL ESTADO AL CANAL 13

Paralelamente al conflicto entre los radiodifusores y el gobierno pasan 2 acontecimientos de trascendencia para el desarrollo de la televisión. El primero de ellos es la compra de canal 13 por parte del Estado (este rubro lo tocaremos ampliamente en otro apartado, pero es importante mencionarlo en este momento para ubicarlo contextualmente). Es adquirido el 15 de marzo de 1972, tres meses antes se habían adquirido, a través de SOMEX (Sociedad Mexicana de Crédito Industrial), el 72% de las acciones que estaban en posesión de particulares, el 15 de marzo recibió el restante. (54)

Este acontecimiento marca la "ruptura" del monopolio comercial, aunque en realidad ya como propiedad estatal nunca ha sido competitivo frente a la televisión mercantil.

1.3.4 TELEVISION RURAL DE MEXICO

El segundo suceso es la puesta en marcha de Televisión Rural de México (TRM) a partir de un decreto presidencial, publicado en el diario oficial el 29 de abril de 1972. Este plan tenía la intención de conquistar el mercado de televidentes de la frontera; para lograrlo se utilizaría el 12.5% de tiempo a que tiene derecho el Estado por ley. Además, a través de Eugenio Méndez Docurro, secretario de Comunicacio-

nes y Transportes, se anuncia que el proyecto de TRM utilizaría los canales 11 y 13 como canales "piloto".

En apretado resumen baste decir que para junio de ese mismo año TRM se "transforma" en Televisión Cultural de México. No obstante, Raúl Cremoux, en su texto sobre "La Legislación Mexicana..." nos da una visión acerca de lo que realmente significó TCM, dice que: "Televisión Rural de México, pomposamente llamada Televisión Cultural, se convertirá en una red de ampliación comercial para los anunciantes y concesionarios de televisión.

"Lo anterior significa, prosigue, que los programas de la televisión comercial venturosamente seleccionados por las autoridades federales para ser insertados en la llamada Televisión Cultural-Rural, ganarán en auditorio y esto se traduce en una mayor tarifa para los anunciantes. Como se ve, Televisión Cultural-Rural de México sirve para ampliar los propósitos mercantiles de los multiprivilegiados concesionarios de la televisión de México".

Finalmente Televisión Cultural de México se convirtió en Televisión de la República Mexicana.

Estas dos medidas marcan el inicio "abierto" de la intervención estatal en los medios de difusión masiva.

Pero volviendo al enfrentamiento gobierno-empresarios de la radiodifusión, diremos que los choques continuaron a lo largo de todo 1972 y, como en el conflicto del 12.5% del tiempo en 1968 y 1969, la CIRT, empleando su órgano oficial "Antena" del 12 de julio de 1972, llama a "dar una respuesta, con virilidad y energía" para no permitir que se le "ataque impunemente" con "afirmaciones peregrinas contra radio y televisión que no aportan un solo dato concreto (y) son nocivas...".

El 29 de junio de 1972 se convocó a los miembros de la CIRT para "analizar la situación que prevalece, relacionada con las declara-

ciones de funcionarios públicos sobre radio y televisión..." 2 meses después, en septiembre del mismo año, el presidente de la CIRT en el mismo órgano oficial llama a los agremiados a "cerrar filas y presentar ante la opinión pública nacional en todos sus sectores, la imagen digna de una industria indisolublemente unida, lista para continuar con su marcha hacia adelante, para el bien de México". (55)

Es de mencionarse que la respuesta de los industriales del ramo no fue sólo declarativa, también fueron a las acciones concretas: en junio de 1972 desataron una campaña a fin de contrarrestar las declaraciones gubernamentales en contra de la comercialización y violencia en la radiodifusión.

La campaña se dio en radio y televisión con "spots" que decían: "La radio y la televisión están siempre presentes en el progreso social, industrial y comercial de México, transmitiendo mensajes comerciales que crean ventas, producción y fuentes de trabajo. Radio y Televisión, confiable comunicación instantánea", "Radio y Televisión colaboran con la administración y el orden público difundiendo la voz gubernamental a toda la república. Radio y Televisión, confiable comunicación humana".

Dicha campaña iba aunada con declaraciones de los concesionarios, entre ellos Miguel Alemán Velasco, vicepresidente de la CIRT, el cual señalaba que se "amenazaba la libertad", en otros momentos buscaba el equilibrio pues, decía, "vivimos, por fortuna, bajo un régimen democrático de Derecho, que permite la colaboración entre el Estado y los medios de comunicación".

Frente a la avalancha declarativa el gobierno pasa a la primera medida concreta: el 15 de agosto de 1972 se ordena, por vía de la secretaría de Gobernación, que la televisión anuncie la clasificación

oficial de los programas (para niños, adolescentes y adultos: A, B y C, respectivamente), medida que entraría en vigor a partir del 1° de septiembre. (56)

En términos reales todo quedaba, a decir verdad, en alharaca y retórica. Objetivamente dicha clasificación no alteraba en sí el contenido de los mensajes, mucho menos las actividades y ganancias de los concesionarios. Más bien, desde mi punto de vista, era una medida con la cual se quería imponer la "voluntad" del Estado.

Entre septiembre y noviembre de 1972 las declaraciones son menos pero se dan hechos más concretos: el 29 de septiembre se hace del conocimiento público que el Consejo Nacional de Radio y Televisión se reuniría a fin de analizar los programas de radio y televisión; el 4 de octubre se da a conocer que se emitirá no una nueva ley de radio y televisión sino un reglamento; el 5 de noviembre se da a conocer que ya está en elaboración un proyecto de Reglamento de la citada ley; posteriormente, según versión de Fátima Fernández Christlieb, los abogados del monopolio televisivo tienen un (o mejor dicho "su") proyecto de reglamento.

De todo lo anterior se desprenden algunas hipótesis que pueden ofrecer una explicación inicial. A mi juicio el Estado, apoyado en los miembros del gabinete y en algunos medios de difusión pretendió preparar, vía legislación, a los concesionarios y procurar su irrupción, de esa forma, en radio y televisión. Sin embargo, considero, se dio el efecto del "boomerang"; o sea, la medida se le revirtió. ¿Por qué? pues nada menos que en última instancia los ataques y enfrentamientos fueron más estériles que efectivos. Los concesionarios midieron los riesgos y comprendieron el alcance que podían tener las declaraciones del gobierno en caso de no cerrársele el paso, ante ello no había más al-

ternativa que hacerle frente al Estado y no dejar que sus discursos fueran a las acciones concretas. La medida más eficaz fue la respuesta de unificar Telesistema Mexicano (canales 2, 4 y 5) y Televisión Independiente de México (canal 8), medida que da lugar a TELEVISIA (Televisión Vía Satélite). No quiere decir que el resultado de los ataques fue el factor determinante que llevó a los concesionarios a fusionarse. Hubo otros factores que dieron lugar a Televisa, y que analizaremos inmediatamente, pero en principio esa fue la respuesta a las constantes declaraciones y acciones oficiales sobre el uso y manejo de la televisión comercial. Con eso quedó demostrado, en cierta medida, la falta de capacidad política "real" de la cual el Estado siempre ha adolecido para hacer frente a una de las empresas más fuertes de nuestro país.

1.8.5 SURGIMIENTO DE TELEVISIA S.A.

En la revista Tiempo del 26 de febrero de 1973 Fátima Fernández Christlieb consigna que los primeros intentos para fusionar los canales 2, 4 y 5 (TSM) con el canal 8 (TIM) se dieron desde mediados de 1972, cuando las relaciones concesionarios-gobierno se encontraban tensas. Oficialmente la fusión no se dio sino hasta diciembre de 1972 cuando se da a conocer la fusión de TSM y TIM.

Sobre el nacimiento de Televisa hay diversas versiones, cada una con cierta dosis de razón: la primera de ellas señalaba que el grupo Monterrey, propietario de canal 8, se había plegado a las presiones del grupo Azcárraga-Alemán-O'Farrill; la segunda de ellas decía que este último grupo había consolidado su hegemonía al frente de la industria de la radiodifusión "tras de inflingir una derrota a los industriales regiomontanos" (57)

La última versión, sostenida por Raúl Cremoux, dice que "la competencia en el terreno comercial era materialmente imposible al estar controlados todos los contactos, todas las relaciones, acumulada toda la experiencia, los créditos y los recursos humanos." (58) Finalmente la última versión señala que Televisa viene a ser la respuesta que dan los concesionarios al gobierno echeverrista para no permitir que el Estado afectara sus intereses que por años había conseguido. De esa manera era más fácil enfrentar la avalancha gubernamental, a tomar medidas cada quien por su lado.

En esencia se puede pensar que cada uno de dichos planteamientos están en lo cierto. No obstante, por las mismas exigencias del mercado y como resultante del desarrollo del propio sistema capitalista, el monopolio televisivo de TSM tendió a absorber a Televisión Independiente de México, canal 8. Preciso es destacar, empero, que en última instancia las tres primeras versiones sobre el origen de Televisa son la consecuencia directa de la decisión de hacer frente común al Estado para no dejar que éste interviniera en dicha industria.

Todo ello entendido también en el sentido, como señala Guillermo Tenorio, de que "los empresarios de la televisión se agruparon para responder a cualquier intento del Estado por revocar las concesiones o, por lo menos, resistirse a entregar cierto porcentaje de acciones que le permitieran al mismo Estado decidir, en el Consejo de Administración de las empresas televisivas, las particularidades de los contenidos de la programación" (59)

• Como se observa, entonces, la fusión de Televisa responde a las condiciones políticas y económicas del momento.

En esas condiciones Televisa S.A. se constituye formal mente, con un capital social de un millón, representado por mil acciones de \$ 1.000.00 cada una, en 2 series:

Telesistema Mexicano (canales 2,4 y 5)	147 acciones serie "A"
Miguel Alemán Velasco	1 acción serie "A"
Víctor Hugo O'Farril A	" " " "
Oscar Gutiérrez V.	" " " "

Televisión Independiente de México (canal B)	250 acciones serie "B"
--	------------------------

Como consejeros de la serie "A" quedaron: Laura Milmo de A., Rómulo O'Farril y Emilio Azcárraga; como consejeros de la serie "B": Bernardo Garza Sada y de comisario, Jesús Guzmán Sepúlveda. (60)

Por otra parte, en el Registro Público de la Propiedad Televisa S.A. manifiesta poseer un capital social de 203 millones de pesos (61). y una inversión en instalaciones de 2mil millones de pesos (junto con las demás que operan en la República) (62).

La industria de las ondas electromagnéticas, ya en 1973, marca entonces con la constitución de televisa el período de su consolidación política y económica, lo cual es demostrado fehacientemente con los gastos de publicidad durante 1973.

Santiago Sánchez Herrero nos da cifras significativas: "sobre un gasto total efectuado en publicidad de 4500 millones de pesos en 1973, el 44% fue invertido en televisión. Esta cifra es superior al presupuesto de todas las universidades públicas del país y más de 6 veces la inversión que el gobierno federal dedicó al fomento de las actividades ganaderas". (63)

Los más altos índices de ganancias de la televisión se registran justamente durante el periodo echeverrista, todavía cuando en éste las pugnas entre Estado y dueños de medios de difusión estuvieron en los puntos más álgidos, después del conflicto del famoso impuesto de 12.5% del tiempo de programación cedido al primero. Este es otro indicador que nos muestra el alto grado de desarrollo y consolidación de la televisión para el año de 1973.

1.8.6 REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

1973 fue un año rico en acontecimientos. El 4 de abril se expide -13 años después de la ley- el Decreto del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en él queda establecido el reglamento sobre el contenido de las emisiones de los medios de difusión concesionados por el Estado a particulares.

Dicho reglamento comprueba la afirmación de que el Estado no ha tenido la capacidad política necesaria para exigir a los empresarios del ramo anteponer el interés social al comercial.

Para Raúl Cremoux "el Reglamento (sólo) va a formalizar y a legitimar situaciones de hecho... desde sus inicios el reglamento se verá ante obstáculos insalvables en el supuesto y utópico caso en que buscara orientar las transmisiones de radio y televisión hacia los legítimos intereses populares".

Luego entonces, el llamado reglamento (no debemos olvidar lo que ha pasado desde el principio en materia de legislación en este medio: los empresarios son los que han elaborado "sus" propias leyes y los cuerpos legislativos se han encargado de aprobarlos...; además, en páginas anteriores se planteaba que según la investigadora Fátima

Fernández, los abogados de los concesionarios ya tenían preparada "su" propuesta de reglamento...) estuvo confeccionado al gusto y medida de los dueños de radio y televisión. Tal pareciera que el gobierno dio marcha atrás a su "posición crítica". ¿Por qué razón los empresarios "agradecen" a LEA la expedición del Reglamento de la LFRyT? Lo adulan: "...con pensamiento de estadista proyectó su idea constructiva generadora del bien social..." En fin, el antes transgresor de las leyes resultaba ser ahora un paladín de la justicia. La desfachatez no tuvo límites.

En la XV Semana de la Radiodifusión, octubre de 1973, Arturo Zorrilla Martínez expresó al presidente que "...a nombre de los radiodifusores queremos ratificarle... nuestra permanente solidaridad con el pueblo y el gobierno constitucional..."

Del 2º informe presidencial en donde el tono del presidente fue de exigir que "los servicios de difusión deben ser más nacionales en su contenido", al paso del tercer informe, donde el Estado "se preocupa por los efectos sociales de los medios masivos de comunicación... se expidió un reglamento que establece normas para el uso adecuado de estas concesiones federales de 'interés público'". Osea, se pasa de la exigencia al solapamiento. Como en el caso de televisa, se dio el mismo efecto del "boomerang" pues, en boca de Fernández Christlieb, "el gobierno quedó vencido con la misma arma que pensaba emplear: la ley de radio y televisión".

Vayamos rápidamente al contenido del reglamento, lo cual demuestra las afirmaciones hechas con anterioridad:

Entre otras deficiencias de éste no se considera el uso excesivo de comerciales; queda ambiguo el "prudente equilibrio" entre comerciales y tiempo de programación; el "servicio público" queda relegado por el "interés público"; no hay reglamentación de las secreta-

rías sobre su intervención en radio y televisión. En una palabra, el reglamento sólo sirvió para legitimar un uso que ya se había dado pues, como dice Cremoux, tampoco altera "de manera sustancial el procedimiento utilizado para el uso de las concesiones".

En ese mismo año de 1973 queda establecido, el 23 de julio, la formalización de tareas de la Subsecretaría de Radiodifusión. Por medio de tal disposición se descargan facultades de la SCT y se le asignan a la Subsecretaría: "... aparte de las facultades regulatorias que por ley corresponden a esa dependencia, la subsecretaría tiene a su cargo tareas de producción. Con objeto de mejorarlas..."(64)

Como podemos ver, el inicio del sexenio echeverrista se caracterizó por pretender afectar los intereses de los difusores: de una lucha verbal, declarativa, se pasa a la legislación jurídica que, en última instancia, demuestra la incapacidad política gubernamental para hacer valer su posición. El resultado fue, del lado político, la frustración de proyectos que pretendían llevarse a cabo con el uso y apoyo de los medios de difusión. Por otra parte, desde la perspectiva jurídica, el Reglamento... no hacía más que legitimar una práctica continúa de esta industria. En realidad "todo se había cambiado para no cambiar nada".

Esa serie de medidas instrumentadas para facilitar el aumento del peso del Estado en la radiodifusión intentó fortalecer al sector estatal en el terreno de los medios de difusión.

Por otra parte tenemos que las mismas disposiciones jurídicas se afectaban entre sí. Por ejemplo, señala Cremoux, la actividad del Consejo Nacional de Radio y Televisión quedó muy limitada cuando fue creada la Subsecretaría de Radiodifusión y la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión. De hecho aquel organismo se limitó a promover

concursos de programas, fomentar festivales y realizar algunos trabajos sobre diferentes tipos de programas.

Después de un año de tranquilidad relativa, entre agosto de 1973 y septiembre de 1974 vuelve otra vez la pelea. En su 4° informe de gobierno Echeverría anuncia la cancelación de varias series de televisión por su alto contenido de violencia y por ser perjudiciales para la salud mental del pueblo. Dicha disposición se llevó a efecto con la prohibición de 37 series, las cuales fueron sustituidas rápidamente por otras de igual o mayor violencia.

La contestación de la CIRT se dio en la celebración de la XVI Asamblea Nacional de Radio y Televisión, en octubre de 1974, donde impugnan la medida en los siguientes términos: "... está demostrado que esos contenidos, por sí mismos, no son creadores de las manifestaciones violentas de algunos individuos o grupos sociales... si se coincide en que alguno de estos medios estimulan la violencia en la medida en que los receptores presentan altos grados de predisposición a ella... los programas de contenido violento deben ser transmitidos proliferamente... éstos deben ser transmitidos en forma dosificada y en horarios poco accesibles para los menores de edad..."

Como se puede observar, la respuesta a la disposición de Echeverría no tiene parangón con las respuestas y el enfrentamiento cuando el conflicto de 1972. La disposición, de hecho, fue neutralizada: un Kojak fue suplido por un Mannix.

Como quien dice, los empresarios de la televisión le "hallaron el modo" al presidente. Aquellos comprendieron que la lucha frontal era estéril. En el Primer Encuentro de la Comunicación, organizado por Televisa, Echeverría expresó: "Creo que la televisión ha contribuido a romper la relación intertensiva que es característica de la tele-

visión... quizás no son malos los programas de violencia, sino que toda la televisión en sí".

En la Revista Antena (# 39, de octubre de 1974) los concesionarios encuentran el modo : "...honrosa la participación del señor presidente Luis Echeverría, quien en un franco diálogo con los ponentes de este encuentro..." (64) Así de simple, para qué provocar más enfrentamientos.

Durante los 2 meses restantes continúan las declaraciones: Luis Echeverría y Fausto Zapata, en el Primer Congreso Mundial de la Comunicación, en Acapulco, se refieren a los medios de comunicación utilizando los términos "manipulación", los medios "actúan a favor de un sistema injusto", "finalidad utilitarista", "actividad fundamentalmente lucrativa" etc...

En los primeros días del mes de noviembre y diciembre el subsecretario de Radiodifusión expresa que serán sancionadas las empresas de radio y televisión que nieguen al Estado el tiempo de transmisión que le corresponde.

Y así hasta el 20 de diciembre de 1974 en que se emite un decreto para el cobro de derechos a la industria cinematográfica y los relativos a la transmisión en televisión, esto es "considerando que el desarrollo de la industria cinematográfica y de televisión, han incorporado nuevos materiales que debe supervisarse y que no se encuentran comprendidos en tarifas de derechos vigentes".(65)

Antes de finalizar el análisis del 4º año de gobierno echeverrista quisiéramos presentar algunas cifras sobre el tiempo de programación que le correspondió al Estado hasta 1974.

Para 1974 las estaciones televisoras transmitieron 26.581.86 horas, el 12.5% correspondiente al Estado equivalía a 3.308.95 horas,

de las cuales se explotaron 156.15 horas, o sea un 29% del 12.5% del tiempo que le correspondía. (66) En otras palabras, el Estado ocupó menos de la tercera parte del 12.5% del tiempo a que tenía derecho.

De otro lado, según datos del subsecretario de Radiodifusión dados en conferencia resaltan los siguientes resultados:

A canal 2 le correspondió entregar	19776 min.	sólo entregó	5828 min.
" " 4 " " " " " "	13104 " " " "	" " " "	1301 " "
" " 5 " " " " " "	16640 " " " "	" " " "	3061 " "
" " 8 " " " " " "	<u>14424</u> " " " "	" " " "	<u>1683</u> " "
total	63944 min.	total	11873 min(67)

Los datos anteriores quieren decir que al Estado le correspondía un tiempo de transmisión de 63.944 minutos, de los cuales sólo utilizó, por diversos motivos, 11,873; es decir un 18.4% del tiempo total que le correspondía por ley.

Lo precedente refleja, por lo menos, 2 aspectos: el primero de ellos es que hasta 1974 el gobierno no tenía los suficientes recursos técnicos y humanos para explotar todo el tiempo que teóricamente podría explotar. De otra parte, se hacía manifiesta una incapacidad política para hacer que se cumpliera el pago del 12.5% del tiempo, pues muchas veces éste era escatimado o los mismos concesionarios trataban de evadirlo porque el tiempo ya podía estar vendido o porque se dañaba la continuidad de la estación. (68) Por tanto, con todo y legislación el Estado carecía de la suficiente fuerza política para hacer valer sus derechos.

Para el año de 1974 era más que clara la intención estatal de crear una televisión que corrigiera y equilibrara el alto grado de comercialización de la televisión privada, no olvidemos la creación de Televisión Rural de México, convertida luego en Televisión Cultural... y finalmente en Televisión de la República Mexicana; tenemos también la creación de la subsecretaría de Radiodifusión; la adquisición del canal 13, el cual sería el principal bastión para presentar "la otra alternativa de la televisión..." etc., de una u otra forma, con todo y sus limitaciones, es evidente que durante el sexenio de Echeverría éste tenía entre sus planes dar una orientación a sus propios medios de difusión. No resultó por muchas razones, entre otras tenemos que fundamentalmente la no existencia de un "plan" gubernamental propició que los empresarios a final de cuentas ganaran la batalla, la política informativa de LEA fue delineada sobre la marcha. Los ataques continuos de Echeverría obedecían más a impulsos y apreciaciones subjetivas que a una postura política "estrictamente definida".

Si a esas deficiencias sumamos que la industria de la radiodifusión controlaba, en 1975, el 96% de las estaciones de radio y televisión en el país, frente al 4% de las estaciones que poseía el Estado (69) vemos que la competencia era en clara desproporción y desventaja.

De igual forma, otros factores influían para que el Estado tuviera infinidad de "piedras en el camino", lo cual le impedía cumplir su cometido. La duplicidad de funciones de los organismos creados, amén de su burocratización (Subsecretaría de Radiodifusión, Comisión Intersecretarial, Consejo Nacional de Radio y Televisión...) bloqueaban el funcionamiento más que darle fluidez a todos los funcionarios encargados de regular, administrar o vigilar los medios de difusión.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión, por ejemplo, nos dice Raúl Cremoux, de 1970 a 1976 se reunió en 6 años sólo 17 veces... imposible que con esa raquítica dedicación, el Consejo como tal "pudiese tomar las decisiones que su tarea requería".

Sin embargo, así como titulamos este apartado, la política de LEA hacia la radiodifusión fue "sui generis" y se caracterizó por el enfrentamiento verbal constante. Con todo y ello una de las mejores épocas de la radiodifusión se dio durante el régimen de Echeverría: en 1975 las ganancias de la radiodifusión ascendieron a 1,754,164,759.00, de los cuales a la televisión le correspondían 1,179,771,000.00 (70)

Antes del fin de este periodo, para el año de 1975, se lanza la candidatura de José López Portillo a quien los radiodifusores le expresaron que podía contar con ellos y sus "medios para ayudarlo en lo que considere conveniente". López Portillo respondió: "con la misma sencillez ... acepto este ofrecimiento..."

Ya como presidente, José López Portillo crea nuevos organismos y su gestión va a tener algunos cambios importantes en relación con los medios de difusión. No obstante esto lo dejaremos para el análisis en otro apartado.

Luis Echeverría llegaba a final de su mandato, los tiempos turbulentos habían terminado. Del fin de su gestión destacan una serie de datos que nos permiten ver la "efectividad" de las medidas que instrumentó a lo largo de su sexenio.

Así tenemos que de acuerdo a estudios realizados por la SCT el Estado sólo explotó el 3.7% del tiempo total de transmisión anual de programas de orientación cultural y cívica.

El Director de la Comisión de Radiodifusión concluye que:

"del tiempo total que tiene destinado (12.5%) el gobierno, ha logrado ocupar el 29.13 por ciento de ese tiempo". En términos reales sólo se explotaba un 5.62 % del tiempo "en el aire".

De un tiempo total de transmisión por las estaciones de televisión en el D.F. de 26,581.86 horas, el Estado tenía un tiempo disponible de 3 mil 308.95 horas, de las cuales el Estado aprovechó la visible cantidad de "156.14" horas. Valgan estos datos para validar las aseveraciones hechas en páginas antecedentes.

En el período 1970-1976 el desarrollo de la radiodifusión se dio en los siguientes términos:

ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISION 1970-1976

Año	Radio		Televisión		Total
	comerc.	culturales	Comerc.	Culturales	
1970	579	24	77	2	682
1971	600	24	77	2	703
1972	618	26	85	5	734
1973	670	26	79	5	780
1974	642	28	85	5	761
1975	668	28	79	3	778
1976	689	33	85	4	811 (72)

En el mismo período las tarifas de televisión aumentaron 11 veces sin ninguna explicación. El mismo reglamento de la ley así lo autoriza, el gobierno establece las tarifas mínimas pero no las máximas, además que no se le da facultades para aprobar o disprobar.

Para 1976 cinco organizaciones controlaban el 46.84% de las concesiones de todo el país. De acuerdo a la tabla que se presenta en la página 68 de este trabajo en 1976 Televisa se encontraba en 2º lugar, sin embargo para 1982 saltaría al primero.

Si vemos también los gastos que en 10 años se hicieron por publicidad también llegaremos a la conclusión que los concesionarios hicieron pingües negocios, tal como nos lo indican los siguientes datos:

<u>1966</u>	<u>1976</u>
\$ 2,466 millones de pesos	\$ 7.000 millones de pesos
64.7% para radio y televisión	86.5% para radio y televisión
\$908.5 millones a publicidad en televisión	\$3.719 millones en televisión(74)

En diez años el gasto publicitario en televisión aumentó en 409.3%. Como podemos ver, la importancia de la publicidad en el proceso de la producción ha llegado a ocupar un lugar de suma importancia.

De todo lo expuesto a lo largo de este somero y apretado análisis, del periodo de Luis Echeverría podemos concluir que en realidad el gobierno de éste no significó un peligro "real" para los radiodifusores, todo se quedó el alharaca y demagogia. Sólo un último ejemplo que lo corrobora: de 1970 a 1976 la Red Nacional de Telecomunicaciones de Tulancingo fue prácticamente un instrumento, en exceso barato, de los radiodifusores, tal como lo indican las "tarifas de promoción" que el Estado pone a disposición de los radiodifusores para que los servicios de televisión sean dirigidos a las zonas de pocos recursos económicos.

NOTAS DE PIE DE PAGINA
(capítulo I)

- 1.-Fernández, Christlieb Fátima Los medios de difusión masiva en México
Editorial Juan Pablos, México 1982 p.p. 87-88
- 2.-Ibidem p. 89
- 3.-Mejía, Prieto Jorge Historia de la Radio y la Televisión en México
p. 32
- 4.-Arriaga Patricia Publicidad, Economía y Comunicación Masiva
Editorial CEESTEM, México 1982 p.p. 224, 225, 226.
- 5.-Mejía, Barquera Fernando La Industria de la Radio y la Televisión en México y la Política del Estado Mexicano.
Tesis profesional UNAM FCPS, 1981 p. 349.
- 6.-Ibidem p. 222.
- 7.-Ibid. p. 301.
- 8.-Tomado de Brandenburg, Frank: The making of Modern Mexico; Prantice Hall Inc; New Jersey, 1974 p.p. 88-90. citado por Marcos, Patricio en "Estado, Concesiones, Monopolio". Revista Nueva Política, "El Estado y la Televisión" p. 262.
- 9.-Cazeneuve, Jean El Hombre Telespectador Editorial Gustavo Gilli España, 1977 p. 13.
- 10.-Antena # 24, julio de 1973 p.29 citado por Barquera, Fdo Ob. Cit p. 437.
- 11.-Datos tomados de CIRT, material mimeografiado.
- 12.-Mejía, Prieto... Op. Cit. p.237.
- 13.-Radiolandia # 95, 19 de octubre de 1944 p. 1.
- 14.-Tomado de Mejía, Barquera Fernando Op. Cit. p. 413.
- 15.-Arriaga, Patricia Op. Cit. p. 218.
- 16.-Ibid. p. 219.
- 17.-Gaceta UNAM # 2 Vol. II 2ª época, 6 de enero de 1983 p. 8.
- 18.-Las Humanidades en el Siglo XX (2) Varios Autores UNAM, México 1976 p. 148.
- 19.-Cremoux, Raúl La Legislación Mexicana en Radio y Televisión México, 1982 p.12.
- 20.-Radiolandia # 289 18 de noviembre de 1949 p.12.
- 21.-Mejía, Prieto Jorge Op. Cit. p.183.
- 22.-En Uno más Uno "Retomar la Soberanía del Estado el monopolio comunicacional" 7 de mayo de 1983 p.2.

NOTAS DE PIE DE PAGINA (2)

- 23.-Tomado de Pérez,Espino Efraín El Monopolio de la Televisión Comercial en México Tesis Profesional UNAM, FCPS 1973 p.54.
- 24.-Cremoux, Raúl Televisión o Prisión Electrónica Editorial Fondo de Cultura Económica (breviarios) México, 1973 p.p. 109,110.
- 25.-Arriaga,Patricia Op. Cit. p.p. 214-216.
- 26.-Mejía, Prieto... Op.Cit. p. 190.
- 27.-Arriaga, Patricia Op. Cit. p.p. 227-228.
- 28.-Registro Público de la Propiedad Sección Comercio. Libro tercero, Vol. 336 Fojas 36 # 67 Tomado de Fernández, Fátima Información Colectiva y Poder en México p. 157.
- 29.-Boletín Radiofónico # 15, 15 de abril de 1956 Tomado de Televisión o prisión electrónica Op. Cit. p.19.
- 30.-Boletín Radiofónico # 19 Ibidem p. 20.
- 31.-Granados,Chapa Miguel Angel "La Televisión de Estado" en Revista Nueva Política "El Estado y la Televisión" p.p. 225-226.
- 32.-Mejía, Barquera Fernando Op.Cit. p. 572.
- 33.-Fernández, Christlieb Fátima Los medios de difusión... Ob. Cit. p.117.
- 34.-Uno más Uno # 2000 Suplemento "El Gobierno Federal Comunicará..." 4 de junio de 1983 p. 6.
- 35.-Gaceta UNAM # 2 Vol. II 5ª época "Los Satélites de Comunicación" 6 de enero de 1983 p. 8.
- 36.-Granados, Chapa "La Televisión de Estado" Ob. Cit. p. 229
- 37.-Mejía, Prieto Jorge Op. Cit. p. 192.
- 38.-Arriaga, Patricia Op. Cit. p.p. 229-230.
- 39.-Granados, Chapa Miguel Angel Revista Nueva Política Ob. Cit. p. 228. Tomado de La Educación Pública en México 1964-1970 SEP, México 1970. tomo I p. 152.
- 40.-El Gobierno Federal Comunicará Op. Cit. p. 6.
- 41.-Cremoux, Raúl La Legislación Mexicana... Op. Cit. p. 129.
- 42.-Boletín Radiofónico # 797 10 de mayo de 1969 p. 1.
- 43.-Ley Federal de Radio y Televisión (1969) Acuerdo Primero, inciso a).
- 44.-Cremoux, Raúl La Legislación Mexicana... Op. Cit. p. 133.
- 45.-Lozoya, Jorge Alberto Revista Foro Internacional # 55 "La Televisión Estatal en México" enero-marzo de 1974 p.p. 405-406.

NOTAS DE PIE DE PAGINA (3)

- 46.-Arriaga, Patricia Op. Cit. p. 229.
- 47.-Boletín Radifónico # 838, 21 de febrero de 1970 p.p.2-3.
- 48.-Granados, Chapa Miguel Angel Op. Cit. "Televisión de Estado" p. 232.
- 49.-Cremoux, Raúl Ciclo de Conferencias sobre Comunicación Social realizado en la Universidad Iberoamericana Junio de 1976, material mimeografiado p. 38.
- 50.-El Día 15 de mayo de 1971 p. 5.
- 51.-Diario Oficial agosto 31 de 1971.
- 52.-En Fernández, Fátima Los medios de Difusión... tomado de Antena 5 de diciembre de 1971.
- 53.-Tomado de Boletín Radifónico edición especial, enero de 1972.
- 54.-Lozoya, Jorge Alberto Op. Cit. p. 402.
- 55.-Antena # 14 septiembre de 1972.
- 56.-Fernández, Fátima Los Medios de Difusión Ob. Cit. p. 134.
- 57.-Lozoya, Jorge Alberto Op. Cit. p. 167.
- 58.-Cremoux, Raúl Televisión o prisión... Ob. Cit. p. 17.
- 59.-Tenorio, Herrera Guillermo Algunos elementos básicos para el análisis crítico de la televisión en México Tesis Profesional UNAM FCPS 1976.
- 60.-Pérez, Espino Afrain Op. Cit. p. 47.
- 61.-Dato de Fernández, Fátima Los Medios de Difusión ... Ob. Cit. p. 153
Tomado del Registro Público de la Propiedad Sección Comercio Libro Tercero, Vol. 871 Fojas 401, # 401.
- 62.-Ibid. p. 153. Dato tomado de la Revista Tiempo.
- 63.-Sánchez, Herrero Santiago "Comercialización e Interés Nacional" en Revista Nueva Política Op. Cit. p. 219.
- 64.-Chapa, Granados Miguel A. "La Televisión de Estado" Op. Cit. p.p. 232-233.
- 65.-Diario Oficial, 20 de diciembre de 1974.
- 66.-Cremoux, Raúl Ciclo de Conferencias Op. Cit. p. 18.
- 67.-Granados, Chapa Miguel A. "La Televisión de Estado" Op. Cit. p. 230.
- 68.-Ibidem p. 231.
- 69.-Mejía, Barquera Fernando Op. Cit. p. 769.
- 70.-Cremoux, Raúl La Legislación Mexicana... Op. Cit. p.p. 136-137.
- 71.-Antena # 51, octubre de 1975 p.p. 19-30.

NOTAS DE PIE DE PAGINA (4)

- 72.-Mejía, Barquera Fernando Op. Cit. p.p. 817-818 Elaborado con base en los anuarios estadísticos de la SCT y la CIRT.
- 73.-Cremoux, Raúl La Legislación Mexicana... Op. Cit. p. 36.
- 74.-Datos tomados de World Advertising Expenditures Starch INRA Hooper and International Advertising Association, 1978, aparecidos en Los Medios de Difusión... de Fátima Fernández Op. Cit. p. 203.

**2. POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL
D E**

JOSE LOPEZ PORTILLO

2.1 CRISIS Y MEDIOS DE DIFUSION

La situación predominante en 1982 era convulsiva y crítica, rasgos que permitirían entender y se manifestarían como una consecuencia del manejo tan inadecuado que se hizo de la economía. Estas anomalías, resulta incuestionable, se reflejarían en el sector de los medios de difusión. Sin embargo, es menester retomar algunos aspectos de carácter estructural que nos permitan ubicarnos adecuadamente en el contexto de los setenta para entender la política llevada a cabo por el sucesor de Luis Echeverría.

Si partimos desde la perspectiva económica tenemos que para reanimar el estancamiento en el cual se encontraba la economía se hizo necesaria la participación del gobierno en este rubro, con lo cual, según Carlos Tello, se buscaba "satisfacer la demanda de mercancías básicas para el desarrollo nacional; atender zonas de menor desarrollo relativo o grupos de productores desprotegidos; incorporar al sector público actividades clave para el país y promover otras que el desarrollo económico alcanzaba". (1)

Desde luego que el incremento de la actividad estatal produjo irritación en los empresarios, amén de las políticas laboral, salarial, del gasto público y el financiamiento etc., medidas que, por consecuencia, repercutieron en las relaciones entre el gobierno y la iniciativa privada.

Pero hay un hecho interesante : la política de Echeverría tuvo rasgos fundamentalmente contradictorios. Por un lado atacaba al sector privado y por el otro las medidas de carácter económico adoptadas por el régimen beneficiaron a los empresarios; en páginas anteriores dábamos como ejemplo que en esta etapa fue cuando las ganancias de los radiodifusores habían alcanzado sus máximos niveles, esto es sólo por mencionar uno de tantos casos.

Los enfrentamientos llegaron a su punto culminante en 1976, cuando se presentó la llamada "crisis de confianza". Por supuesto que ésta fue el resultado o manifestación concreta de los desajustes estructurales de la economía mexicana. Retomando el análisis

económico de Carlos Tello, éste plantea que "el estancamiento de la inversión privada, la especulación, las fugas de capital y lo que se dio en llamar la 'pérdida de confianza' se pretende explicar en función de esas tirantes relaciones entre el Estado y la iniciativa privada y se llega inclusive a argumentar que la crisis de 1976 se debió en buena medida al tono y naturaleza de esas relaciones. Además, agrega, el Estado continuó desempeñando el papel doblemente clave para la reproducción del sistema... creando las condiciones favorables para la acumulación privada; por otra parte, interviniendo directamente en el proceso de desarrollo de capital cuando ello era necesario... (por otro lado señala que) Roberto Juárez Guajardo, presidente de la COPARMEX, por muchos años señalaba que 'puede afirmarse que pocos regímenes, como el presente (de LEA) se han preocupado más de la promoción y el estímulo a la iniciativa privada'. En sólo tres años se han dictado más decretos, leyes y disposiciones diversas, promotoras del sector empresarial, que durante todo el sexenio anterior". (2)

Luego entonces, tenemos que tres fueron los factores fundamentales de la crisis económica y política de 1976: por un lado se tuvo la crisis estructural de la economía mexicana; en segundo término una política monetaria y restrictiva y, finalmente, la crisis profunda del capitalismo a nivel mundial.

Ahora bien, dice Carlos Tello, la política económica del gobierno estuvo mal cimentada pues "si lo que se buscaba era sustituir en definitiva el esquema del desarrollo estabilizador, hubiera sido necesario entrar de lleno a reorientar el sistema financiero del desarrollo para supeditarle a la política nacional. El no ha-

berlo hecho resultó en un desarrollo estabilizador vergonzante. Es ahí donde quizá resida la verdadera crítica a la política económica de este período. El no haber entrado a reformar lo que constituye el sistema de privilegios y de protección desmedida al sistema de financiamiento, es decir, el no haber tocado el capital financiero (junto con los problemas estructurales y de coyuntura) fue lo que provocó en realidad la llamada crisis del 76". (3)

Además, se tiene que en 1976 se recrudeció la crisis, lo cual dio como resultado que el crecimiento económico de México fuera de 2.1% (4)

De otro lado tenemos que entre 1976 y 1979 la deuda externa del sector público aumentó de \$302.707 millones a \$624.159 millones, lo cual implica (ba) un aumento en el gasto público canalizado en gran medida al sector empresarial... (5) Recuérdese que en el caso de los radiodifusores el gobierno también ha puesto a disposición de quienes explotan este medio todo el sistema nacional de microondas.

Hasta el momento hemos pretendido dar un panorama de la situación económica prevaleciente en nuestro país hasta finales del sexenio echeverrista la cual será determinante para marcar, en cierta medida, el desarrollo que seguirá la industria radiofónica en México.

Es decir, el desarrollo económico de nuestro país, consecuencia del modelo económico implementado por el gobierno, a partir del cual éste pretendía, entre otras medidas, promover la participación del Estado en ciertas ramas de la economía para sustituir el esquema del desarrollo estabilizador, tuvo sus repercusiones en los terrenos del radio y la televisión.

A mi juicio, toda la problemática económica que en renglones atrás hemos reseñado se refleja de una manera muy clara y palpable en el sistema de radiodifusión. Las pugnas y los enfrentamientos verbales también se dieron entre el gobierno y los comerciantes de radio y televisión: recordemos las constantes críticas del propio presidente al contenido de los medios de difusión, la prohibición de los programas con exceso de violencia (desde luego que fueron suplidos por otros), hasta las declaraciones de algunos miembros de la burocracia para nacionalizar radio y televisión.

¿Qué pasó finalmente? Los propios dirigentes del sector empresarial, como la COPARMEX, claramente afirmaban que pocos regímenes los habían beneficiado tanto como el de Echeverría. Esas mismas circunstancias se reflejaron en la industria radiofónica: durante el sexenio echeverrista el índice de sus ganancias ha sido el mayor de todos los tiempos. En este mismo período los incrementos en tarifas para la publicidad televisiva fueron alterados en 11 ocasiones. Raúl Cremoux señala que: "nadie se dignó ofrecer ninguna explicación ni se mostraron documentos en donde se justificaran tales incrementos".(6)

Los datos que presentamos en la siguiente página reflejan también, contradictoriamente, el proceso de producción y reproducción del mismo sistema a que contribuyó el Estado y se ve reflejado en la radiodifusión.

ESTACIONES ORGANIZACION	DISTRIBUCION NACIONAL		DEL SECTOR				CONCESIONADO		TELEVISION		
	TOTAL		RADIO A M			RADIO F M					
RUMSA	94	13.18%	86	91.49	15.69	8	8.51	10.13			
TELEVISA S.A.	79	11.08%							78	98.73	91.76
PROMORADIO RPM	63	8.83%	62	98.41	11.31	1	1.59	1.27			
RASA	52	7.29%	52	100.00	9.49						
RAVEPSA	46	6.45%	41	89.13	7.49	5	10.87	6.33			
Subtotal (5 primeros)	334	46.84%	241	72.16	43.98	14	4.19	17.72	78	23.35	91.76
SOMER	35	4.91%	32	91.43	5.84	2	5.71	2.53	1	2.86	1.18
RCN	32	4.49%	32	100.00	5.84						
ACIR	30	4.21%	29	96.67	5.29	1	3.33	1.26			
CORP. M.R.	30	4.21%	30	100.00	5.48						
RADIORAMA	23	3.22%	22	95.65	4.01	1	4.35	1.26			
SUBTOTAL (10)	484	67.88%	386	79.75	70.44	18	3.72	22.78	79	16.32	92.94
ARTSA	19	2.66%	10	52.63	1.82	9	47.37	11.39			
OIR	19	2.66%	19	100.00	3.48						
CEP	16	1.96%	16	100.00	2.92						
ORMA	14	1.96%	11	78.57	2.00	3	21.43	3.80			
FMM	9	1.26%				9	100.00	11.39			
SUBTOTAL (15)	561	78.65%	442	78.79	80.66	39	6.95	49.37	79	14.08	92.94
OTRAS	152	21.35%	106	69.74	19.34	40	26.32	50.64	6	3.94	7.08
TOTAL NACIONAL	713	100.00%	548	76.86	100.00	79	11.00	100.00	83	11.92	100.00 (6')

Para 1976, como pudimos observar, los medios estaban centralizados en cinco organizaciones comerciales; éstas controlaban el 46.84% de las concesiones de todo el país. (7) Resulta significativo el crecimiento de esta industria: en 1979 los grupos mencionados controlaban el 49.3% de las concesiones. Para 1982 llegó al 53.11 %. De lo anterior se deriva que el gobierno de Luis Echeverría no afectó al capital; por el contrario, lo fortaleció.

Del lado de los medios de difusión tenemos que Echeverría termina su mandato con acciones ampliamente contrarias y opuestas a sus promesas y declaraciones sobre radio y televisión. De tal suerte que el Estado mismo ha realizado "intentos desesperados como inútiles para contrarrestar la influencia ideológica del capital privado. La legislación dictada en materia de radio y televisión es producto apresurado de situaciones coyunturales, que han originado la creación de organismos gubernamentales con duplicidad de funciones, no sólo desarticulados unos de otros, sino que compiten entre sí". (8)

Ese mismo desorden se contempló en los planos político y económico, lo cual finalmente se manifestó con la devaluación de la moneda el 30 de agosto de 1976, 3 meses antes de finalizar su período presidencial.

Sobre la devaluación Javier Rosas Sánchez indica que "puede señalarse el pasado 30 de agosto de 1976 como fecha límite al avance de la política echeverrista en las esferas de gobierno. La devaluación oficial de la moneda mexicana se interpretó como una aceptación explícita, por parte del gobierno que acaba de concluir, de los errores que en el plano de su política económica mantuvo du-

rante 6 años.

"Sin embargo, continúa el investigador, el descrédito público en que cayó la política del régimen pasado, no sólo tiene como causa los efectos negativos que produjo la devaluación monetaria, tales como el mejoramiento en los precios de las mercancías, sino otros factores económicos y políticos cuyo origen se remonta a los años del sexenio echeverrista. Entre otros la política de LEA fue de oponerse a financiar con el presupuesto público el crecimiento de las empresas industriales y de servicios. Reformas fiscales para allegarse nuevos y cuantiosos recursos fiscales para llevar a cabo su costosa política de inversiones. La exención de impuestos a grandes empresas (CEDIS) en detrimento de las pequeñas..." (9)

2.2 JOSE LOPEZ PORTILLO Y EL PLAN BASICO DE GOBIERNO

En estos marcos el nuevo presidente, José López Portillo, retoma el poder y recibe al país en una de las crisis cíclicas que han acosado a México en los últimos años. En dichas circunstancias, y es preciso enfatizarlo, es donde deben ubicarse los lineamientos que seguirá López Portillo en relación a los medios electrónicos de difusión.

Sin embargo, para entender la política de comunicación social es necesario retomar algunos postulados que desde la formulación del Plan Básico de Gobierno 1976-1982 van a marcar el punto de partida. *

*Aunque López Portillo no habla, al iniciar su gobierno, abiertamente de una política de comunicación social hay algunos indicios que dejan entrever cuál será su política sobre este rubro.

En tal sentido, en el Plan Básico de Gobierno 1976-1982 (PBG) se plantea una revisión "a fondo de la función social de la información escrita y la que genera la radio, la televisión y el cine; así como una evaluación de los procedimientos y formas de organización de las empresas públicas y privadas que la producen, para que al mismo tiempo que se esfuerce y garantice la libertad o el derecho de expresión de los profesionales de la información, se fomente también la expresión auténtica, la confrontación de opiniones, criterios y programas entre los partidos políticos, los sindicatos, las asociaciones de científicos, profesionales y de artistas, las agrupaciones sociales, y, en general, entre todos los mexicanos.

"La acción pública, se agrega, de los próximos años deberá orientarse a ensanchar la comunicación con la población a fin de hacer de esta actividad un auténtico instrumento de contacto popular y democrático.

"Un derecho a la información así concebido, evitará, tanto el monopolio mercantilista como la información manipulada y coadyvará.."(10)

Es decir, se comienza a hablar y criticar el carácter mercantil de los medios de difusión en nuestro país; por otra parte queda establecido que la punta de lanza será el discutido "derecho a la información"; y por otro lado hay un pronunciamiento por una "evaluación de los procedimientos y formas de organización de las entidades públicas y privadas que la producen" (a la información).

Como veremos más adelante, se llevará a cabo una reforma administrativa y se abrirá una discusión para legislar el derecho a la información. A este último el proyecto se le entendía como

"una nueva dimensión de la democracia... esto es, la diversidad y la riqueza en la expresión de ideas, opiniones y convicciones".

"El derecho a la información, contida el PBG, significa superar la concepción exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación, significa renovar la idea tradicional, que entiende el derecho a la información como equivalente a la libertad de expresión; es decir, libertad para el que produce y emite pero que se reduciría si se ignora el derecho que tienen los hombres como receptores de información". (11)

(Antes de continuar quisiéramos dejar establecido que señalamos en este momento la pronunciación del derecho a la información para darle un orden cronológico a las diferentes manifestaciones que sobre la materia se hicieron de manera oficial, el análisis de este rubro se realiza en un apartado posterior).

Ahora bien, en el mismo PBG se propone la creación de "un consejo con la jerarquía adecuada, encargado de definir, coordinar y promover las funciones públicas-que en la actualidad son cumplidas por diferentes entidades del sector estatal- en materia de comunicación social" (12) En este mismo proyecto se plantea también un proceso de reforma de la Administración Pública con el fin de hacer de ella "un instrumento que responda con eficiencia a los fines del desarrollo económico y social. (La cual) Tendrá por objeto adecuar el funcionamiento de todas las entidades del sector público, para elevar su eficiencia y mejorar sus sistemas de ejecución; modernizar su técnica, estructura, mediante una más conveniente distribución de sus funciones y facultades, dentro del marco institucional".(13)

En este contexto se ubicaría también la política de comunicación social del régimen de José López Portillo, pues viene a ser, de antemano, una parte de la aplicación de la Reforma Administrativa, medida que vendría a aplicarse luego de iniciado el sexenio del sucesor de Echeverría.

2.3 MERIDA, EL DERECHO DE OPOSICION DE LAS MINORIAS

Previamente hubo, también, otro acontecimiento que marcó la línea a seguir durante el periodo lópezportillista.

Así tenemos que dentro de los organismos que se relacionaban de alguna forma con los medios de radiodifusión, el IEPES (Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales) del PRI convoca a una "reunión consultiva" para analizar la situación de la radio y la televisión por ser, a decir del IEPES, un tema de análisis para el próximo presidente.

Dicha reunión se llevó a cabo en Mérida, Yucatán, en marzo de 1976, a ella asistieron especialistas de radio y televisión. En ésta el mayor número de planteamientos estuvieron porque el Estado incrementara el control sobre radio y televisión y se redujera el alto grado de comercialización que estos medios habían adquirido. Inclusive se llega a plantear la nacionalización: "la televisión mexicana, se dice, es de tal modo insalubre (social y culturalmente hablando) que ni siquiera los más torpes administradores del Estado serían capaces de producir una televisión peor... la televisión comercial, por otro lado, ha desplazado con natural e infalible instinto a los colaboradores de hacer una labor artística y cultural más decorosa". (14)

De este corte y otros fueron los pronunciamientos: se pedía que el gobierno tomara el control sobre los medios; evitar la indebida explotación de un patrimonio de la nación, como son las ondas electromagnéticas; reglamentación del régimen de concesiones; poner al servicio de la sociedad los medios de difusión y darles un carácter social etc..

En dicha reunión, como representante del gobierno, acudió Rosa Luz Alegría (posteriormente secretaria de Turismo), quien dejó bien establecido cuál sería la posición del próximo presidente sobre los medios de radiodifusión. Por principio de cuentas ésta señaló que sobre la manipulación de la opinión pública por los medios, tal no era el problema, pues en México no había comunicación social, ya que ésta implicaba "un flujo bilateral de emisión y respuesta" En relación a las diferentes proposiciones que se presentaron, cada una de ellas fue "rebatida" y las descartó de un plumazo. Al respecto Patricio Marcos y Fátima Fernández señalan que "fue de esta forma como el enfoque de los ponentes sobre comunicación fue declarado como un enfoque que sólo veía los síntomas y no las causas metafísicas aportadas por la Dra. Alegría, y cómo las medidas de política propuestas en materia de comunicación social se desvanecieron frente al imperativo categórico por el que 'la solución somos todos' los mexicanos y sólo a través de egregios programas pedagógicos se podría operar el verdadero, el auténtico cambio social: popular y revolucionario". (15)

En estas primeras declaraciones, podríamos decir de José López Portillo vía Rosa Luz Alegría, se manifiestan ya las primeras

contradicciones entre lo que se dijo y lo que se hizo. En el PBG se plantea el alto grado de comercialización de los medios, la necesidad del derecho a la información y, sobre todo, el cambiar la orientación de radio y televisión, fundamentalmente.

No obstante, en la práctica, desde un principio no se hace nada; es más, los hechos se contradicen. La posición de López Portillo fue muy clara e ilustrativa: los investigadores antes mencionados señalan que el futuro presidente dio la "embestida final y optó por no optar (en relación a la reunión de Mérida en marzo de 1976). Agradeció la voz a la Dra. Alegría... y confesó con una sinceridad que pronto se convertirá en sello gubernamental, que el tratamiento que se había dado al problema abordado había distorsionado toda la cuestión. Denunció, continúan los investigadores, las salidas que él calificó como tecnocráticas o dictatoriales, y preguntándose sobre el verdadero sentido de la democracia en México, consagró, a pesar de sus tremendos riesgos, el sacrosanto derecho de oposición de las minorías". (16)

En una palabra, tal parecía que era necesario (con la Reforma Administrativa) cambiar todo para no cambiar nada. López Portillo se inclinó mejor por resanar las heridas y discrepancias con los empresarios de los medios electrónicos de difusión. La escena, como al final de todos los sexenios, se volvía a repetir: durante la Semana de la Radiodifusión, realizada en octubre de 1976, el ya para ese entonces presidente electo hizo un exhaltado reconocimiento de la labor de los radiodifusores privados, junto con una petición de colaboración con el nuevo gobierno.

2.4 JOSE LOPEZ PORTILLO RECIBE EL PODER, PLANES Y PROYECTOS...

Ya era la víspera del cambio de poderes, faltaban menos de dos meses para que López Portillo asumiera en poder. Hagamos otro breve paréntesis para ubicar la situación en la cual se daba este acontecimiento.

Como ya vimos anteriormente, era indudable que al iniciar el sexenio lópezportillista éste recibía al país casi en la bancarrota: entraba con una devaluación del peso frente al dólar estadounidense; políticamente el país se encontraba con los ánimos caldeados; las válvulas de escape para evitar que detonara el descontento social eran ya insuficientes -recuérdese la gran cantidad de rumores que se generaron acerca de un supuesto golpe de estado, cuando Echeverría estaba por finalizar su periodo: por consecuencia, era necesario reforzar los mecanismos de control para evitar el estallido. La respuesta de López Portillo se dio a diferentes niveles.

En el plano económico el gobierno inició la formulación de programas o planes nacionales de Desarrollo Industrial, del Sector Comercio, de Desarrollo Urbano, Plan Global de Desarrollo etc., todo ello con el fin de "reordenar la economía".

En el marco político la respuesta se dio con la Reforma Política. Con ésta, entre otras cosas se buscó la renovación del sistema electoral, una recomposición de la Cámara de Diputados, el reconocimiento de diversos partidos políticos de oposición y la amnistía a diversos miembros de la disidencia que en años anteriores habían actuado fuera de los marcos de las leyes mexicanas.

2.4.1 LA REFORMA ADMINISTRATIVA

En ese mismo contexto se dio lugar a la llamada Reforma Administrativa, medida que buscaba hacer operativos y eficientes los cambios dentro del sector público, ya que con ella se buscaba redefinir el papel de la burocracia a través de tres etapas medulares:

- 1^a Reubicación de los 800 mil empleados del Gobierno Federal y 120 mil empleados de empresas paraestatales.
- 2^a 898 entidades paraestatales se integrarían en 12 sectores.
- 3^a Articulación de los proyectos en un plan total que para fines de análisis los técnicos gubernamentales habían venido clasificando por áreas, pero que en realidad se encuentran articulados. (17)

En tales términos López Portillo planteaba que "la Reforma Política, la Reforma Fiscal, la Reforma Administrativa y la Alianza para la Producción, son la respuesta completa a la crisis por la que atravesamos". (18)

Así es que en diciembre de 1976 y con la reforma a la Ley Orgánica de la Administración Pública (aparecida en el Diario Oficial) se empezaron a dar los primeros cambios.

En cuanto a la Reforma Administrativa -uno de los principales cambios que afectarán la política de comunicación social concretamente- vemos que se vio seriamente obstaculizada. Grupos de poder conservadores formaron diques (recordemos el caso de Alfonso Martínez Domínguez, gobernador del estado de Nuevo León, quien se negaba, de hecho, a poner en práctica la Reforma Política en dicho estado). Según José Carreño Carlón "lo que parece ocurrir es que el

sistema está pagando con creces las deformaciones que impuso a sus cuadros en la larga época que va del relativo auge de la posguerra al desarrollo estabilizador. Al vicio tradicional, continúa, de asumir las posiciones administrativas y políticas como patrimonio y asunto particular, esas generaciones sumaron fuertes tendencias a la inmovilidad derivada de la consolidación de intereses. En esta imbricada red de complicidades, lo que menos ha contado es el manejo de ideas y proyectos políticos y toda proposición de salidas diferentes a las establecidas ha sido considerada como una heterodoxia". (19)

Las obstaculizaciones, pues, se dieron a diferentes niveles lo cual hacía que las posibilidades reales de la Reforma Administrativa se vieran limitadas. Ante esto Xavier Gamboa indica que "la Reforma Administrativa no tiene reales posibilidades de combatir la acción de las camarillas que se encuentran incrustadas en el propio interior de la máquina del gobierno. En general, la acción de estas camarillas agudizan el tortuguismo burocrático, fomentan la corrupción y evitan la coordinación requerida para la implantación de los planes gubernamentales..."

Por consecuencia, añade Xavier Gamboa, la Reforma Administrativa tiene dos obstáculos fundamentales:

1º Al pasar por una etapa de ajuste, la Reforma Administrativa será más un obstáculo que una ayuda para la proclamada organización interna.

2º El feudalismo administrativo (así lo llamó J.L.P.)... acción de camarillas, ubicadas al interior del aparato gubernamental, de diversa magnitud y fuerza, con mayor o

menor grado de vinculación con fuerzas externas a la burocracia... obstaculizan la fluidez de las decisiones jerárquicas... este es el principal problema a que se enfrenta la Reforma... el llamado 'feudalismo administrativo' también dificulta la real coordinación entre las instancias gubernamentales..." Por consecuencia, el investigador concluye que (los tecnócratas) "han planteado bastante en abstracto las reubicaciones, ajustes, desajustes, tareas comunes y tareas individuales de las diversas dependencias gubernamentales..." Todo ello, finalmente, se revierte contra la Reforma Administrativa pues ella misma propicia la corrupción (y) en la realidad no plantea mecanismos para desterrarla. (20)

2.4.2 LA REFORMA ADMINISTRATIVA Y LA RADIODIFUSION

Ahora bien, veámos cuáles fueron las repercusiones que tuvo la Reforma Administrativa en los medios de radiodifusión.

Cuando José López Portillo toma el poder se encuentra con que seis eran las secretarías de estado que intervenían de alguna forma en radio y televisión:

- 1.- Gobernación, encargada de supervisar el contenido de las transmisiones comerciales y de coordinar la programación estatal.
- 2.- Comunicaciones y Transportes, autorizada para otorgar concesiones a particulares y para producir y difundir las transmisiones gubernamentales.
- 3.- Hacienda y Crédito Público, dedicada a cobrar diversos impuestos a los concesionarios, pagaderos en dinero o en

tiempo de transmisión.

- 4.- Educación Pública, capacitada para extender certificados de aptitud a locutores, para manejar las escuelas radiofónicas, el canal 11 y Radio Educación.
- 5.- Salubridad y Asistencia, dedicada a autorizar la propaganda comercial... y a participar en la Comisión de Radiodifusión, creada para aprovechar el tiempo del gobierno en los canales privados.
- 6.- Trabajo y Previsión Social, como productora de programas de televisión a través del CONACURT en asociación con el Consejo Nacional Mixto de Protección al Salario, dependiente del Congreso del Trabajo. (21)

Al respecto, como veremos más adelante, la orientación del control de los medios será muy distinta.

La situación del radio, el cine y la televisión llevan, entonces, a tomar una serie de medidas que cambiarán la organización (más que orientación) de éstos. Aquí es donde se comienzan a vislumbrar las bases del proyecto de comunicación social de López Portillo.

La Reforma Administrativa planteaba que las entidades de administración pública paraestatal debían agruparse por sectores con el objetivo de que se vinculen con el ejecutivo por medio de una secretaría de gobierno. Esta medida es adoptada y los medios de difusión con que cuenta el Estado se agrupan en uno solo, de tal suerte que la Cineteca Nacional, Compañía Operadora de Teatros S.A., Continental de Películas S.A., Corporación Mexicana de Radio y Televisión S.A. de C.V.(Canal 13), Conacine, Conacite I y II, PIPSA, Talleres Gráficos de la Nación (22), entre otros, se integran en la

Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, organismo que sustituye a la subsecretaría de Radiodifusión. Como podemos ver, todo el sector estatal relacionado con la difusión masiva fue colocado bajo la coordinación y dependencia de la secretaría de Gobernación.

Con la nueva reglamentación se tenía un mejor control: ahora serían cuatro las secretarías relacionadas con los medios de información masiva, 2 de ellos con funciones de control: Gobernación y Programación y Presupuesto. La primera se encargaría de vigilar el contenido de las transmisiones y de administrar las estaciones radiodifusoras y televisoras pertenecientes al gobierno. (23) La segunda quedó asignada para vigilar "financiera y administrativamente" la operación de los organismos descentralizados, instituciones... (que) posean o exploten bienes y recursos de la nación. La secretaría de Educación Pública y la de Comunicaciones y Transportes quedan en planos secundarios. (24)

Este rasgo será característico de todo el sexenio, ahora los medios de difusión del gobierno tendrían un uso más de control político que educativo. Las funciones educativa y cultural quedaban subordinadas a la secretaría de Gobernación. Asimismo, toda producción de cualquier dependencia gubernamental quedaba supeditada a la recién creada DGRTyC.

Hay un dato significativo que pone en entredicho y muestra claramente las contradicciones del régimen de López Portillo en relación con los medios de difusión: el 21 de abril de 1977 a la SEP le es retirada la facultad de examinar las publicaciones y re-

vistas ilustradas y considerar su licitud o ilicitud; a partir de tal fecha el control corrió a cargo de la secretaría de Gobernación. Es decir, observa Fátima Fernández Christlieb, "las historietas y revistas antes consideradas vehículos educativos, son ahora objeto de interés de la secretaría de Gobernación".

Desde mi punto de vista este hecho demuestra por qué el gobierno, durante el período 1976-1982, nunca pudo instrumentar una política de comunicación social coherente y racional. Esta puede ser una respuesta hipotética al fracaso rotundo de la "nueva alternativa" de canal 13 frente a la televisión comercial. En el último capítulo veremos esto con mayor detalle.

Pero volviendo a la Reforma Administrativa en los medios de difusión estatales, el gobierno tenía fundamentalmente 2 objetivos:

a) Por un lado vemos que el gobierno anterior había trabajado mal, pues se tiene el caso que había más de 2 organismos para desempeñar una misma actividad, lo cual había que solucionarlo;

b) De otra parte, y estrechamente ligado a lo anterior, se buscaba reestructurar y coordinar todas las dependencias que de alguna forma participaban en la radiodifusión, para que permitiera "presentar una alternativa ante la difusión comercial".

De acuerdo a las medidas instrumentadas por López Portillo, centralizar todas las actividades del ramo era la solución más indicada. Sin embargo había un problema fundamental y no fue atacado de raíz. "La Reforma Administrativa... intenta corregir la situación sin cuestionar las estructuras que le dieron origen... en el marco de dicha reforma se incorpora formalmente a los medios de di-

fusión en un programa global de gobierno esta inclusión debió tener presente el rescate histórico de su verdadera función". (25)

Desde luego que la postura del nuevo presidente ya estaba bien fijada, acordémonos de su opinión sobre la reunión del IEPES, en marzo de 1976, cuando expresó su reprobación a las propuestas "tecnocráticas" y "dictatoriales" de quienes pedían que el Estado sólo controlara los contenidos de la televisión comercial. O sea, de hecho López Portillo nunca estuvo interesado en controlar y, mucho menos, afectar los intereses de Televisa y asociados.

2.4.3 CREACION DE LA DIRECCION GENERAL DE RADIO TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA

Finalmente vemos que la reforma en el área cristalizó en la creación de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, ésta sustituía en todos sus aspectos a la Comisión de Radiodifusión, la subsecretaría de Radiodifusión y a la Dirección de Información de la secretaría de Gobernación.

De tal suerte que ahora toda la política de comunicación social sería dirigida por la secretaría de Gobernación, vía DGRTyC. "Quizá fue porque la antigua secretaría de la Presidencia, dado que ahí se encuentran las direcciones y coordinaciones capacitadas intelectual y legalmente para tomar decisiones y coordinar a su vez a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. Esta dependencia de Gobernación garantizará, por su parte, que la producción de la programación estatal se realice exclusivamente en su seno, eliminando así el ya mencionado problema de la multiplicidad

de organismos relacionados con radio y televisión, que se inició con la administración de José López Portillo". (26)

Ahora la DGRTyC tenía entre otras funciones:

- Ejercer las atribuciones que confiere a la secretaría en materia de radio, televisión y cinematografía las leyes, reglamentos...
- Conceder autorización... para exhibir públicamente o transmitir por televisión películas, series filmadas... publicidad filmada etc.,
- Planear, organizar y coordinar los programas y actividades que permitan fomentar el empleo del cine, la radio y la televisión, como medios de educación y de difusión cultural.
- Autorizar permisos para películas... series filmadas....
- Hacer uso del tiempo que corresponde al Estado de las estaciones de radio y televisión.
- Planear, organizar y dirigir los servicios de Televisión Rural de México (TRM).
 - Operar la estación radiodifusora Radio México.
 - Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al gobierno federal y cuyo manejo...
 - Cuidar que las estaciones de radio y televisión cumplan con las proporciones del tiempo destinado al anuncio comercial... de acuerdo con lo que establecen las leyes y reglamentos relativos a la materia.

2.4.4 ORGANIZACION DE LA D G R T Y C

Con las nuevas disposiciones ya legisladas el organismo encargado de coordinar la información proveniente de las dependencias gubernamentales se estructuraba de la siguiente forma:

Dirección de Planeación. Entre otras funciones le fueron asignadas el establecimiento "de las políticas directrices en los sectores de cine, radio y televisión... llevar el 'control' de la información y estadísticas en materia de radio y televisión".

Dirección de Radio y Televisión. (Posteriormente se dividía en dos direcciones: Radio y Televisión) Esta se encargó de "coordinar", regular y autorizar las transmisiones de los programas de radio, televisión... organizar y coordinar los programas que permitan fomentar el empleo del radio y la televisión como medios de difusión cultural... Resulta menester enfatizar que este fue uno de los principales escollos con el cual constantemente entraba en contradicción la política que quiso instrumentar el gobierno durante este sexenio.

Finalmente se formó la Dirección de Divulgación Presidencial, encargada de distribuir toda la información presidencial así como la vigilancia y el control de la difusión de las actividades presidenciales. (27)

Como podemos observar, a la DGRTyC se le adjudicaba gran capacidad para tomar decisiones dentro de su ramo y nada quedaba fuera de su control

Por supuesto que dicha estructura finalmente también demostró sus desavenencias. No podemos dejar de tomar en cuenta que el poder de la toma de decisiones muchas veces se encontraba en grito

que no tenía la suficiente experiencia: el nepotismo fue una de las características del sexenio de López Portillo.

Al frente de la DGRTyC quedaba la hermana del señor presidente, Margarita López Portillo, la poetiza desconocida hasta que su hermano llegó al poder.

¿Sin embargo, en el fondo qué significaba descentralizar las decisiones y cederlas a un grupo excesivamente reducido? Desde luego que tenía sus ventajas. De un lado se evitaba la duplicidad de funciones, características del período echeverrista.

Por otra parte estas medidas también tenían sus bemoles. Veamos unos datos ilustrativos; durante el mandato Lópezportillista el canal 13 -la televisora oficial- tuvo el mayor número de cambios de dirección en toda su historia; los responsables de dirigir la comunicación social del gobierno fueron removidos, también, constantemente; los encargados de dirigir NOTIMEX -agencia oficial de noticias- fueron cambiados continuamente. Todo ello, a mi juicio demuestra una incoherente e irracional política gubernamental para dirigir sus propios medios de difusión, por la falta de líneas adecuadas que marquen la ruta a seguirse con los medios electrónicos de difusión.

Si a esto sumamos la falta de capacidad para dirigir las diferentes instituciones gubernamentales, el resultado lo hemos de ver tal cual sucedió al final de este sexenio. Volvamos a recordar los "caprichos" de Margarita López Portillo cuando se empeñó en llevar a la pantalla "Toña Machetes", producción supercostosísima que finalmente no se realizó sino hasta 1984 y el gobierno tuvo que na-

gar por incumplimiento de contrato. Otra cosa también: ¿qué pasó cuando en la reunión de los cineastas Margarita López Portillo les reclamó a éstos la baja calidad del cine mexicano, todavía cuando los propios responsables de la DGRTyC estuvieron autorizando el cine de ficheras? Los productores de cine señalaron que el mismo gobierno dio su aval y, en última instancia, era responsabilidad del Estado mismo la situación actual (1982) del cine en México.

Pero vayamos un poco más al fondo del problema y veamos cuáles fueron los lineamientos de la comunicación social que marcaron el rumbo del sexenio de José López Portillo. Si ha habido un presidente que ha tenido constantes tropiezos y contradicciones en su política de comunicación social ése ha sido precisamente éste.

Antes de continuar es necesario dejar establecido que el problema de la comunicación social es excesivamente general, pues en su sentido más amplio "es el resultado de una cadena de interacciones, entre la educación, la industria, la urbanización, la renta nacional, la participación política y los medios de masas que han avanzado todos juntos, estimulándose el uno al otro"(28)

En dicho sentido tenemos que la comunicación social no incluye única y exclusivamente a los medios de difusión (o comunicación, según se les quiera llamar, por el momento eso no nos importa), sino que es el conjunto de acciones que se realizan en una sociedad determinada.

Desde tal perspectiva, como podemos ver, se torna en esa "aula sin muros", como dijera en alguna ocasión Miguel Angel Granados Chapa, lo cual dificulta en gran medida el análisis.

Luego entonces, por comunicación social aquí nos ceñiremos y entenderemos -exclusivamente- el conjunto de acciones y fenómenos informativos y/o comunicativos que se dan tanto a nivel de los medios de difusión privados, como de los propios medios de difusión gubernamentales, considerando los vínculos que mantienen éstos y aquellos entre sí y las relaciones que se establecen con el conjunto de la sociedad. De tal manera que el concepto de comunicación social no es más que el término abstracto que engloba todo lo que de dichas relaciones resulta.

Visto el fenómeno desde ese ángulo tenemos que al iniciarse el período de López Portillo no tenía bien definido cuál iba a ser su política de comunicación social, esto viene a clarificarse hasta con el "Derecho a la información" (el cual analizaremos con detalle en el siguiente apartado).

De antemano podemos vislumbrar que no hay un planteamiento conceptual claro, el interés del presidente se limitaba al mencionado derecho a la información, todavía cuando no lo era todo. Desde luego que dicha posición es muy clara, desde antes que se iniciara su mandato dio pruebas que no le interesaba establecer una política de comunicación social más o menos consecuente y racional de acuerdo a las necesidades e intereses de las mayorías, lo cual puede comprobarse con su respuesta a la reunión del IEPES en Mérida, en marzo de 1976, donde expresa su desacuerdo en controlar el excesivo comercialismo de la industria de la radiodifusión y se manifiesta como un antecedente de que la Reforma Administrativa buscaba no tanto llegar

al fondo del problema sino mantener cierto "control político" de los mensajes.

Fuera de los postulados plasmados en el Plan Básico de Gobierno 1976-1982, donde más o menos se establece qué debe ser la comunicación y se toma como punta de lanza el Derecho a la Información, las declaraciones y la posición del gobierno es contradictoria entre lo que se decía y los hechos, ¿por qué?

En una alocución a los pobladores de Tantoyuca el presidente critica y reclama el olvido que los medios de 'comunicación' han hecho de las culturas "...que constituyen la cantera fundamental de nuestra nacionalidad"; manifiesta su desacuerdo, en cierta medida, con el uso inadecuado que se ha hecho de la radio y la televisión.

En realidad pocas fueron las declaraciones que el presidente hizo en alusión directa a los medios de difusión. A falta de ello veamos cómo planteaban la política oficial del gobierno los voceros del mismo.

No se trataba, decían, de "emprender acciones contestatarias (impugnadoras) que cierren y aborten las posibilidades de negociación. Tampoco de implementar el proyecto reformista que remodela sin transformar, que diseña desde la perspectiva de la dominación, sin tomar en cuenta los más elementales derechos de las mayorías.

"(se trata de) construir un sistema de comunicación que supere las deficiencias del vigente sin propiciar un cambio violento y agresivo, sino entendiendo que la transformación de las relaciones comunicacionales, y a un último nivel de las relaciones sociales, en un

proceso que requiere de planeación y diagnóstico, de programación y claridad en los objetivos. Nuestro primer paso, entonces, debe girar en torno al cuestionamiento, no ya sólo de la estructura de la comunicación sino de los elementos de cambio". (29)

Palabras y palabras. ¿En la práctica qué se hizo? ¿Cuál fue la posición del gobierno de López Portillo frente a los concesionarios de radio y televisión? Darles infinidad de prerrogativas y facilidades para explotar al máximo "su" industria. ¿Cuál fue su política con el canal 13 de televisión, el canal oficial? Contradicciones e indefinición absoluta. En fin, mucho se decía, poco o casi nada se hacía.

De tal forma que, según la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia, se pretendía la "búsqueda de un proyecto nacional que impulse la participación conciente de las masas, intenta proporcionar un modelo de comunicación social que supere las concepciones basadas en la fórmula centro-emisor y grupo-receptor. Para ello es necesario, enfatizaban, concientizar acerca del papel que desempeña la comunicación cuando se pone al servicio popular. Frente a la comercialización de los medios 'la intención' es propiciar un pensamiento nacional, que valore la cultura mexicana y rescate los patrones de conducta de su propia historia". (30)

Aquí se puede ver plasmado el discurso, en cierta medida, del Presidente. Pero no sólo eso, contradictoriamente era señalado que el gobierno debía intervenir para regular (subrayado nuestro) la actividad de los comunicadores de la libre empresa. Impidiendo acciones que lesionen los intereses nacionales y proporcionando a las masas la opción de recibir y participar en la información, den-

tro de su significado real, que por sobre todas las cosas no es una mercancía, como se ha pretendido, sino un bien de características sociales. (31)

Al respecto detengámonos un momento a hacer algunas precisiones.

Según los responsables de la comunicación oficial, la información "no es una mercancía". Dentro del marco teórico de este trabajo habíamos establecido que la información, así como todo artículo de consumo, dentro de una estructura capitalista por sus leyes y funcionamiento del mismo régimen económico, se convierte en un objeto mercantil y, por consecuencia, en una mercancía. El afirmar que en México la información no es una mercancía, sabiendo sobre todo de antemano que la estructura de los medios de difusión en nuestro país es netamente comercial, resulta más que un absurdo.

Si tomamos como verdaderos los argumentos que acabamos de exponer esto nos lleva a deducir que se reconoce la necesidad de instrumentar una política de comunicación social; pero sucede que o bien no tenían claridad hasta dónde querían llegar, o el gobierno adolecía de una falta de poder político real para imponerse a los comerciantes de la información. A mi parecer estos dos factores se combinaban.

El alto grado de comercialización, señalaba la Coordinación General de Comunicación Social (y encontraba el hilo negro), da como resultado que "un solo banquero o una corporación transnacional productora de cigarrillos ocupan un lugar más amplio en nuestro sistema nacional de información, que todos los campesinos juntos... esto es el resultado, repetían, de la falta de un proyecto nacional de comunicación social" (subrayado nuestro) Se reconocía el

problema pero en los hechos no se hacía nada por resolverlo.

Dicha postura tiene su explicación. En realidad ni López Portillo ni, mucho menos, los responsables de dirigir la comunicación estuvieron interesados en el núcleo del problema. No era ni es posible querer cambiar la orientación ideológica de los medios de difusión si antes no se afecta a los concesionarios.

Los voceros del gobierno reconocían que se debía "intervenir" sin "lesionar los intereses nacionales". ¿En realidad se afectarían los intereses nacionales o de los concesionarios? Más bien se afectarían, en caso de que sucediera, a los segundos.

Pero la comunicación social todavía tiene más fondo. Javier Wimmer, subsecretario de Gobernación con Miguel de la Madrid hasta mediados de 1984, se acerca más a la solución. En cuanto al "problema" de la comunicación social señala que: "los propios términos de esta polémica se refieren a la oposición que surge entre la propiedad y el uso de los medios, por un lado, y, por el otro, los derechos de la sociedad y los ciudadanos. Así se plantea el problema de la libertad de expresión y la libertad empresarial, el problema de la soberanía y de la transnacionalización creciente de los medios, el problema de la educación clásica y de la educación para el sometimiento, el problema del poder de los emisores y la indefensión de las comunidades receptoras, el problema del centralismo y de la participación democrática". (32) Ahí está el problema, una política de comunicación social implica, necesariamente, una definición y, además, tomar partido.

En la medida en que vivimos en una sociedad capitalista subdesarrollada el problema estriba en definir y redefinir a quién se beneficia y a quién se perjudica. José López Portillo, en este aspecto, creo fue más que claro; con su política de comunicación social optó por beneficiar a los menos y perjudicar a los más, de tal forma que ni fue al fondo del problema ni le interesó ir.

2.5 EL DERECHO A LA INFORMACION Y LA REFORMA POLITICA

Uno de los pilares de la política de comunicación social de José López Portillo, dijimos, se basaba esencialmente en el derecho a la información; pero éste es sólo un aspecto de la referida Reforma Política la cual se manifestó como una respuesta a la crisis política que en su momento debía atacar el presidente, siendo "el reajuste en el sistema político como a la necesidad de detener el peligro del cambio" (Luis Villoro). Esta misma exigencia obligaba a que el gobierno tomara cartas en el asunto de la información y de los medios de difusión, de tal suerte que uno se desprendía del otro.

El derecho a la información (conceptos que son retomados de la carta de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, promulgados por la ONU en 1948), comienza a ser citado desde la elaboración del Plan Básico de Gobierno (PBG) 1976-1982, del PRI. En éste se propone por primera vez (en el sexenio de Echeverría también se aludió a él) que sea elevado a rango constitucional.

López Portillo, inclusive, le concede gran importancia cuando en su mensaje de toma de posesión de la presidencia manifiesta que "es preciso otorgar vigencia plena al ejercicio de nuestro derecho a la información donde los medios de comunicación social tienen el deber de merecer su libertad de expresión, expresando su libertad y haciéndolo con responsabilidad, respeto y oportunidad". (33)

Pero el problema era cómo implementarlo; es decir, cómo llevarlo a cabo. Para salvar tal situación se pensó que la forma más idónea podría ser incluirlo en la Reforma Política, lo cual acarrearía sus implicaciones.

A inicios de 1977 Jesús Reyes Heróles, entonces secretario de Gobernación, en un discurso pronunciado en Chilpancingo, Guerrero, el 1º de abril manifiesta el interés gubernamental por enfrentar el difícil momento que atraviesa México y responde a "quienes pretenden un endurecimiento del gobierno, que lo conduciría a la rigidez. Tal rigidez impediría la aceptación de nuestro sistema político a nuevas tendencias y a nuevas realidades.

"...endurecernos y caer en la rigidez, agregó, es suponernos el fácil rompimiento del orden estatal y del orden político nacional. Frente a esta pretensión el presidente López Portillo está empeñado en que el Estado ensanche las oportunidades de representación política de tal manera que se pueda captar en los órganos de representación el complicado mosaico ideológico nacional de una corriente mayoritaria, y en pequeñas corrientes que, difiriendo en mucho de la mayoritaria, forman parte de la nación..." (34) Así quedaba expresada la Reforma Política.

Cuatro semanas después de la alocución de Reyes Heróles, entre el 2 de abril y el 21 de julio de 1977, se realizan doce audiencias públicas de la Comisión Federal Electoral, con participación de partidos y grupos políticos, instituciones académicas y ciudadanos comunes, quienes expresan sus puntos de vista sobre la Reforma Política.

Para el 7 de octubre del mismo año se envía el proyecto de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE) a las Cámaras, donde es aprobado y cobra vigencia a partir del 7 de diciembre de 1977.

Cinco rubros son los aspectos de mayor importancia que trata la LOPPE:

- a) da mayor rango a los partidos políticos;
- b) se renueva el sistema de representación proporcional;
- c) da mayor autenticidad en la calificación de las elecciones;

d) se incluye el derecho a la información (los partidos ya tienen derecho al uso de los medios de difusión) y

e) queda suscrito el referéndum e iniciativa popular para el D.F.(35)

De tal forma que por lo referido al punto d), con base en la LOPPE, se modifica el artículo 41 constitucional y se asienta que "los partidos políticos tendrán derecho al uso permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley". Pero además la nueva LOPPE obliga al gobierno a otorgar, a cada uno de los partidos políticos, medios económicos para editar una revista y mantener un cuerpo de redactores, locales y recursos limitados para realizar sus campañas electorales, exención de impuestos y franquicias postales.

Por supuesto que las reformas a la Constitución y la nueva ley electoral no serían una acción suicida del grupo en el poder. Si muchos esperaban el parto de los montes sencillamente se equivocaron. Es cierto que las modificaciones introducen cambios para permitir el acceso de los partidos de oposición a la Cámara de Diputados, pero a cuentagotas. El mismo Reyes Heróles en algún momento señaló que "el gobierno no se suicidaría" con la Reforma Política.

Nadie pone en tela de juicio que ésta debió haber ido más lejos, o sea propiciar una democracia pluripartidista. No obstante, como lo señala Luis Villoro, dicho modelo implicaría una democratización en todas las esferas de la vida pública donde todos los partidos tuvieran las mismas prerrogativas y derechos. Pero, dice Villoro, esto supondría dos cosas: 1ª La desaparición del PRI como coalición de grupos organizados verticalmente por el gobierno; 2ª La independencia del poder legislativo respecto del ejecutivo... (36) Por estas razones Reyes Heróles bien decía que el gobierno nunca iba a suicidarse.

De tal suerte que con la Reforma Política se reducía el marco electoral y sigue siendo muy difícil obtener el registro definitivo, entre otras limitaciones. Pero lo más grave estriba en que los partidos con registro condicionado no tienen voto en la Comisión Federal Electoral, a la vez que este organismo tiene la posibilidad, por la gran cantidad de votos con que cuenta, de inclinar la balanza hacia donde mejor le convenga. Esto se vio claramente cuando se cambiaron las circunscripciones (para las elecciones de julio de 1985) en que se divide la República Mexicana lo cual posibilita restar poder a la oposición e incrementar el control priísta y, por antonomasia, del gobierno.

2.5.1 EL DERECHO A LA INFORMACION, COMO DERECHO DE PARTIDO Y NO INDIVIDUAL

En el contexto de la Reforma Política el derecho a la información queda excesivamente restringido a ser sólo "un derecho de partido" y no un "derecho individual", a pesar de que el secretario de Gobernación lo había interpretado como una garantía individual.

Si nos atenemos al texto presidencial veremos que el derecho a la información, por el contrario, está completado como un derecho de partido. Luego entonces, cuestiona Fátima Fernández Christlieb, en la suposición de que el derecho a la información no sea prerrogativa de los partidos que obtengan registro -sino garantía individual-, con la actual estructura nacional de los medios de difusión ¿cómo puede el ciudadano ejercer su derecho a emitir y recibir información veraz? (37)

Dicha contradicción se centra fundamentalmente porque la Reforma Política no fue pensada para alterar en forma alguna la estructura de poder que priva en los medios de difusión masiva. (38)

Por otra parte vemos que el gobierno se limitó a modificar el artículo 6º constitucional (inalterable desde la constitución de 1857) para dejar asentado que "El derecho a la información será garantizado por el Estado".

La intención de tal reforma, según la exposición de motivos de la Cámara de Diputados, busca "el mejoramiento de una conciencia ciudadana". Asimismo, se traducirá en un mayor "respeto al pluralismo ideológico y cobraría plenitud la libertad de expresión y su correlativo derecho a la información". (39)

En términos reales el hecho de introducir el derecho a la información -vía Reforma Política- y la adición al artículo sexto de la constitución no modificó en nada el campo de la información porque de hecho el gobierno siempre ha garantizado el derecho a la información "pero sólo el de las minorías". De tal suerte que, señala José Paoli, las mayorías han estado y seguirán marginadas porque el problema está en el cambio de la estructura informativa de nuestro país; por otra parte, la modificación del artículo sexto sin ley reglamentaria viene siendo una ley que no se sabrá cómo debe ejecitarse. Nuestras leyes establecen los derechos de la educación, al trabajo, a la vivienda, de reunión, de salud etc., ¿y son llevados a la práctica? Con regularidad éstos se han visto quebrantados.

Empero, la Reforma Política era una medida irreversible para superar la crisis política que se venía arrastrando desde, inclusive, el movimiento estudiantil de 1968.

Mientras los cambios en la legislación sucedían, en el terreno de la comunicación social ligada al gobierno ocurrían hechos trascendentes. Hagamos una visión retrospectiva.

El encargado de dirigir lo que posteriormente se transformaría en Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia duró es-

casamente tres meses en el puesto. El entonces senador y con posterioridad gobernador de Aguascalientes, Rodolfo Landeros, recién estrenado en diciembre de 1976, se despediría tres meses después. Según la versión extraoficial la renuncia obedeció al quebranto "en la salud, pero también a las divergencias sobre el verdadero alcance del comunicador en los medios de difusión, ocasionaron la temprana renuncia de Landeros". (40)

Al paso de Landeros siguió José Luis Becerra López, exdirector de "La República" y también de la Agencia Mexicana de Información. En marzo de 1977, pues, se encontraba estrenando puesto.

José Luis Becerra pronto formaría equipo: inició cambios en la dirección de Relaciones Públicas, Peniche Blanco; en la subdirección de Información, Pedro Alvarez del Villar y en el departamento de Servicios Gráficos también hizo cambios para integrar su equipo de trabajo.

Un hecho marcó el paso de Becerra: ahora la dirección de Relaciones Públicas de la Presidencia se encargaría de coordinar la información, difusión y relaciones públicas del "todas" las dependencias del ejecutivo y encauzar la publicidad del sector público. (41) Con base en el acuerdo de la secretaría de Gobernación, publicado en el Diario Oficial, ahora José Luis Becerra López ahora sería el encargado de "encauzar y hacer congruentes los mecanismos de información del Estado a fin de evitar duplicidad, contradicciones y desperdicios por los recursos que a ella se destinara".

En apariencia era una medida loable la que se pensaba instrumentar, sin embargo de inmediato traslució el objetivo real: centralizar el control de la información emanada de las dependencias oficiales, todo ello de acuerdo a los cambios realizados por la Reforma Administrativa, la cual permitía que la información fuera más controlada fundamentalmente por la secretaría de gobernación.

Mientras tanto, se reflejaba una indefinición en las declaraciones, contradicciones en la orientación de los medios de información oficiales, la imagen del presidente estaba deteriorada etc.., Este problema sería la constante a lo largo de todo el sexenio y se comienza a evidenciar la falta de un plan de comunicación social del gobierno.

El 10 de agosto de 1977 la Presidencia estrena a otro director de Relaciones Públicas. Es designado, ahora, Fernando M. Garza, por segunda ocasión se encontraba en el mismo puesto. La primera fue con Díaz Ordaz, de 1964 a 1970. Es incuestionable que se requería experiencia para corregir el rumbo. Tres directores de Comunicación Social en menos de un año.

2.5.2 CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION, SE PATENTIZA LA INDEFINICION

No pasó mucho tiempo, pues, para que el gobierno definiera su perfil de lo que era la comunicación y cómo debía manejársele. A principios de 1977 se forma el Consejo Nacional de Comunicación Social, integrado por las secretarías de Gobernación, Educación, Programación y Presupuesto, la dirección de RTC y la Coordinación de Estudios Administrativos. Lo extraño es que a dicho Consejo se le encomienda, como primera tarea, la difusión del segundo informe de gobierno (un año después de su fundación) con los slogans: "El informe habla de ti", "¿Qué hemos hecho todos?" y "Palabra Cumplida". Pero el hecho más significativo de este Consejo, dice Miguel López Azuara, "es la repetida recomendación de que nadie sepa que existe, ni cuáles son sus propósitos, ni quiénes lo integran, ni qué hace (todo esto) al estilo de la sui generis política nacional". (42)

Los primeros brotes de lo que podríamos llamar la política de comunicación social de José López Portillo tuvieron escasa relevancia. Mas una constante había en quienes la dirigían: cuando se llevaba a cabo un evento relacionado con la comunicación se lanzaban "buscapies" y luego un si-

silencio total. Quizás era para mantener la coherencia con los postulados del Consejo Nacional de Comunicación. De ello tenemos diversos ejemplos:

a) El 12 de mayo de 1977 las diferentes comisiones de la Cámara de Diputados rinden su informe al presidente López Portillo sobre la iniciativa de reformas a la Ley de Radio y Televisión. Después, silencio.

b) Rosa Luz Alegría, en la segunda sesión ordinaria de la CNIRT, señala que "la concepción que tenemos de una política de comunicación es aquella que permite a todos los mexicanos participar (¿cómo? ¡quien sabe!) decisivamente en el logro que traducen los grandes propósitos nacionales". Después, ya no se habló nada sobre el asunto.

c) De una reunión del presidente con los dirigentes de cine, radio y televisión no se informa de qué se habló. Según los periodistas que reportaron el suceso se trataba la creación de una productora paraestatal de radio y televisión. Completo silencio después.

Es decir, los postulados que planteaba el PRG, adoptado por López Portillo, sobre el derecho a la información, desde el principio quedan sepultados con las prácticas del gobierno.

Pero también hay otros sucesos que nos permiten definir en qué se basó la política de comunicación social durante este sexenio. Veamos el caso de CENCOS (centro Nacional de Comunicación Social). En Julio de 1977, a raíz de la huelga universitaria, la Universidad Nacional es tomada por la policía. Sobre este acontecimiento CENCOS ofrecería una conferencia de prensa en su sede, finalmente su local es allanado por la policía del D.F. CENCOS difundía información de diversos tipos, sobre todo aquella que afectaba a los sectores de escasos recursos. El día del asalto CENCOS sufrió el secuestro de documentos, máquinas e imprenta, los cuales aparecieron 35 días después.

Además señalaríamos el manejo que se hace de la información cuando renuncian Julio Rodolfo Moctezuma Cid y Carlos Tello, secretarios de Hacienda y Programación y Presupuesto, respectivamente. Las renunciaciones se debieron a las divergencias y contradicciones en cuanto al enfoque para dirigir la economía del país. De los despidos se desprendió información confusa, contradictoria, falta de claridad, verdades a medias etc., el debido reflejo de la indefinición e incongruencia entre lo dicho y la realidad. Al principio del sexenio se prometía claridad, transparencia y, sobre todo, congruencia. Los resultados fueron totalmente opuestos.

Sin embargo, de los pocos aciertos una cosa sí quedaba clara: el gobierno pensaba utilizar la televisión para impulsar la educación. El entonces secretario del ramo, Porfirio Muñoz Ledo, reconoció la potencialidad de los medios de comunicación para la tarea educativa y para el cumplimiento del Plan Nacional de Comunicación Social. (43)

2.5.3 IMPULSO DEL DERECHO A LA INFORMACION, PREPARACION DEL TERRENO POLITICO

Para finalizar el primer año de gobierno Lópezportillista se vuelve a tomar la reforma a la Ley de Radio y Televisión, provocando de nueva cuenta la turbulencia. Se toma como punta de lanza a la CTM y el 19 de agosto de 1977 el diputado por Nuevo León, Raúl Caballero, informó que Fidel Velázquez giró instrucciones a los legisladores representantes de los trabajadores quienes debían hacer "todo lo humanamente posible para que la citada ley sea discutida en el próximo periodo de sesiones".

Para noviembre de ese año el diputado Carlos Ortiz Tejeda (del PRI) vuelve a tomar el tema y, ante el alarmante predominio de la televisión comercial, pide sea reglamentado el derecho a la información y modificar la ley de radio y televisión. Sobre el primer punto afirma que es falsa

la afirmación de "que el Estado pretenda establecer un sistema de censura o de intervención en los contenidos... se debe legislar para vigilar los mensajes que entran a los hogares por medio de la televisión".(44)

Lo mismo hizo el PPS, además propuso nacionalizar radio y televisión y un proyecto de ley que controlara la calidad de las emisiones televisivas y el alto grado de comercialización de la misma.

Se atiza la hoguera. El secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, en la XIX Semana de la Radiodifusión el 3 de octubre de 1977 dijo que la radio y la televisión deben contribuir "a que cada vez más sea efectivo el derecho del pueblo mexicano a la información, a la cultura y a la sana diversión". (45)

Resulta sintomático que de un momento a otro el derecho a la información vuelva a cobrar presencia. Todo parecía indicar que el propio gobierno preparaba el terreno político para impulsar tanto los cambios a la ley de televisión como a la reglamentación del derecho a la información.

Por otra parte, el gobierno lanza la primera "ofensiva": a principios de noviembre la Comisión de Radiodifusión retira varios programas de radio que, por su temas, se consideraban ofensivos a "la moral y las buenas costumbres..." (46) Aunque finalmente dicha medida no tuvo repercusiones trascendentes.

Con todo y las presiones para no permitir que se legislara el derecho a la información, el presidente retomó el tema el 4 de enero de 1978, durante el desayuno del LV aniversario del Sindicato de Redactores de la Prensa y dijo que "pobre es la libertad si carece de los medios para ejercitarse. Enriquecer la libertad poniendo al alcance los medios de su expresión, es el derecho social a la información, derecho a informar y ser informados. Lo vinculamos con la Reforma Política porque es fundamental.

Si queremos hacer más participativo al pueblo de México... debemos informarlo respecto de las opciones políticas que tiene; pero pobre sería el empeño si al abrir las opciones no ponemos a su alcance los medios de difusión". (47) (Subrayado nuestro)

El discurso del presidente era ambiguo y falto de precisión, amén que reflejaba, por igual, la indefinición y la falta de una política de comunicación coherente. Entrevistado por el periodista José Luis Mejías el presidente López Portillo manifestaba que había dejado que las cosas, en una sociedad como la nuestra, "sucedan y se informen" (47). Fue más preciso: "creo que obliados a escoger entre crear un instrumento de comunicación con los riesgos de la manipulación, y la libertad con los riesgos de la deformación, prefiero este último camino".

Luego entonces, la pregunta obligada: ¿se optaría por legislar el derecho a la información? Según Miguel Ángel Granados Chapa no hay políticas e instrumentos de comunicación y tal vez "los haya pronto, pues el presidente se encuentra meditando" esta cuestión.

Todo parece señalar que la meditación llevó al presidente a la somnolencia, primero, y al olvido, después.

Mientras tanto las "cápsulas" antitelevisión comercial seguían. Los funcionarios continuaban con sus críticas para que radio y televisión no le distorsionaran al mexicano "su propia realidad y la del país".

Vaya pues, hasta los mismos funcionarios no sabían qué sucedía realmente. El derecho a la información era la bolita de ping-pong que inesperadamente saltaba de un lado al otro de la mesa para volver, después, a los labios del primer mandatario.

En otra ocasión este último volvía con el tema, aprovechando el foro del día de la libertad de prensa (7 de junio), con su perorata acostumbrada indicaba: "... para que una democracia sea plena y funcional, la

la igualdad de oportunidades debe expresarse con una igualdad de oportunidades.

"Y esta es la gran tarea legislativa que tenemos frente a nosotros: hacer efectivo el derecho social a la información, convertir la oportunidad democrática en certidumbre operativa. Y debemos empezar por los propios partidos políticos; debemos, considero, garantizar a los partidos políticos su acceso a los medios de información".

"No obstante también expresé que debemos hacer efectivo el derecho a la información pero también no podemos sentirnos satisfechos de la libertad de expresión cuando no tenemos comida, educación y vestido suficiente". (48)

2.5.4 2º INFORME DE GOBIERNO, AHORA SI VIENE EL DERECHO A LA INFORMACION

En su 2º informe de gobierno José López Portillo da a conocer que turnará a la Cámara de Diputados la discutida ley reglamentaria del artículo sexto constitucional. A decir de los observadores parecía que "ahora sí" la cosa iba en serio y, además, se pensaba afectar "seriamente" la estructura de los medios de difusión masiva en nuestro país.

Decía el presidente en su informe de gobierno: "...nuestro orden jurídico deberá hacer de la energía de la información una fuerza democrática, en cuyo ejercicio participen las diversas corrientes de opinión y pensamiento, las agrupaciones y los individuos (para sustentar) una vigorosa opinión pública apropiada al cambio y a las transformaciones sociales".

Del informe se deprendieron, como es obvio, diversas reacciones. Jesús Reyes Heróles, secretario de Gobernación, al final del informe de-

clara a los periodistas que "...en esta iniciativa de ley se define al derecho a la información como un derecho fundamental al servicio de la dignidad y de la integridad de la persona humana... nuestro orden jurídico deberá hacer de la información una fuerza democrática, en cuyo ejercicio participen las diversas corrientes de opinión y pensamiento, las agrupaciones y los individuos". (49)

Empero, el derecho a la información iba más allá. Reyes Heróles en ocasión de la comida de la CNIRT ofrecida a López Portillo el 3 de octubre de 1978, dijo a los afiliados de ésta que la ley que reglamentará el derecho a la información "contempla también a la información persuasiva (en agosto de este año la secretaría de Comercio anuncia la elaboración de un proyecto para fijar las normas de la difusión de los productos que se publicitaban (50)) ...que implica a la publicidad y a la propaganda, la cual tiene como objeto convencer a un público determinado acerca de las bondades y calidades de ciertos productos, doctrinas, actividades o servicios". Además señaló que hacen falta gafas nuevas, las gafas de cada época, decía Goethe. Estoy seguro que los mexicanos sabremos usar las nuevas gafas que exige nuestra sociedad, que sufre por igual los males del subdesarrollo y del desarrollo, pues ambos coexisten. (51)

El secretario de Gobernación fue preciso: "nadie tiene derecho en una sociedad plural a imponer dictados sobre la conciencia, ni el gobierno, ni ningún grupo o poder sea éste económico, social..."

Del anteproyecto dio una probadita: "se establecerán los deberes (de quienes) detentan y operan los medios de comunicación social... se comprenden (en el anteproyecto) diferentes tipos de información: noticias, información de opinión, persuasiva, científica, juicios, comentarios, críticas que expresan los individuos etc..."

En conclusión vemos que se retoman los lineamientos señalados en el PBG 1976-1982 y se refleja un efectivo interés por legislar.

2.5.5 RESPUESTA DE LOS CONCESIONARIOS

Las respuestas a las declaraciones oficiales sobre el derecho a la información no se hicieron esperar. En un primer momento, contradictoriamente, José Luis fernández, presidente del Consejo Directivo de la CNIRT en la XX Asamblea de dicha cámara se elogia la medida y declara que "...en especial tendremos la oportunidad de comentar detalladamente el profundo sentido de la reforma constitucional, que garantiza la libertad de información y a la que reconocemos (subrayado nuestro), junto con la ley reglamentaria a la que dará origen, como un avance sustancial de la democracia en nuestro país". (52)

Sin embargo no todos pensaban como él e iniciaron el contraataque con el viejo argumento de que se limitaría la libertad de expresión.

Para noviembre de ese año Miguél Alemán Velasco, vicepresidente de Televisa, desenvaina la espada y se pregunta: ¿a quién puede beneficiar el cambio de economía mixta de la televisión mexicana? y advierte en seguida: "el día en que el Estado sea dueño de todos los medios de comunicación social, como algunos lo pretenden, habremos colocado a la democracia, por simple novedad, al borde de los mayores riesgos. Todo monopolio desemboca en totalitarismo; de aquí que la Constitución lo prohíba. De esa regla no escapa el Estado". (53)

El presidente del Comité Coordinador Empresarial, Jorge Sánchez Mejorada, fue más tajante cuando, en una reunión empresarial realizada en Hermosillo se opuso terminantemente a la reglamentación del derecho a la información con estas palabras: "vamos a luchar porque persista la selectividad y no se implante ningún tipo de censor gubernamental, principal-

mente a la televisión, que es por donde va la tirada... es mejor -dijo- un poco de exceso de libertad en el manejo de la información y no que haya un censor que decida lo que se dice y lo que no se dice..."

Se manifestó porque los partidos políticos tengan acceso a los diversos medios de información, pero los empresarios se opondrán a cualquier control en los programas y en la publicidad.

Para finalizar planteó que "muchas personas y funcionarios piensan que los medios de información y en especial la televisión... fomentan el consumo que está fuera del alcance de muchas personas. Pero, si no hay publicidad, muchas personas quedarían sin trabajo, porque es una de las fuerzas para la venta".

El esquema del sexenio echeverrista se volvía a repetir. Funcionarios de diversas secretarías de Estado hacían declaraciones, las más de las veces irresponsables, que ni se iban a llevar a cabo ni servían para reglamentar la información.

En apariencia la reglamentación iba a darse y el sector privado se encontraba a la expectativa; pero no pasó mucho tiempo cuando estaba dando la lucha para enfrentar cualquier legislación que lesionara sus intereses. Fueron inteligentes. Hasta este momento no prefirieron enfrentar directamente al gobierno y optaron por unir esfuerzos. Recordemos que en abril de 1977 los radiodifusores mexicanos propusieron reorganizar su industria "de acuerdo a las necesidades del país y los proyectos coordinados con el sector público..." además de su estrecha colaboración con RTC.

Por otra parte vemos que el gobierno no rebasaba las declaraciones pues, ante el ambate de la iniciativa privada, le interesaba más, sobre todo, "restablecer la confianza" y "reparar los malos entendidos".

Por otro lado, vemos que continuaba la avalancha declarativa. Ahora tocaba al secretario de Comunicaciones y Transportes anunciar que, como una medida gubernamental, se reformaría la Ley Federal de Radio y Televisión para restituir al gobierno la facultad discrecional en cuanto al otorgamiento de concesiones. (54)

2.5.6 1ª CONVOCATORIA PARA AUDIENCIAS PUBLICAS SOBRE EL DERECHO A LA INFORMACION

Como remate a las declaraciones oficiales, el entonces ministro de Gobernación da a conocer que con base en el anuncio hecho por el presidente en su 2º informe de gobierno, sobre su voluntad de reglamentar el artículo sexto de la Constitución y hacer efectivo el derecho a la información "en primerísimo lugar", se convoca a los partidos políticos, asociaciones profesionales e instituciones relacionadas con los medios de comunicación social y demás interesados para que expresen sus puntos de vista sobre el tema. De tal forma que el 21 de diciembre de 1978 se publica la convocatoria oficial para que "con absoluta libertad expresen (los grupos convocados) sus opiniones, puntos de vista e ideas en las audiencias públicas que celebrará la Comisión Federal Electoral".

Un día antes Reyes Heróles, ante las críticas y "temores" por la intención de legislar, señala un error de apreciación: "se ha interpretado erróneamente que este derecho a la información supone cargas y obligaciones para los órganos o medios de comunicación, olvidándose que la primera carga, la primera obligación, es para el Estado, que debe estar obligado a informar correctamente de las acciones propias del Estado". (55) Además señaló que con frecuencia sabemos que "se practica el mal derecho o el abuso del derecho a la desinformación o a la mala información. Lograr un derecho social a la información, sano, saludable, fortalecerá, sin lugar a dudas, la libertad de expresión de las ideas..." (56)

De lo señalado hasta el momento se desprenden algunas cuestiones significativas: la polémica desatada a lo largo de dos meses llega a un silencio repentino: en apariencia, hasta 1978, todo parecía indicar que se afectaría a los concesionarios; la respuesta del sector privado, hasta 1978, había sido un tanto "tibia", pero no sería sino hasta 1979 cuando dejaría sentir toda su presión para evitar cualquier intento legislativo. El curso que tomaron las audiencias públicas también hicieron patente la existencia de dos tendencias sobre la legislación del derecho a la información: una de ellas propugnaba por afectar los intereses de los empresarios de los medios de difusión; la otra planteaba que el derecho a la información sólo se cediera a los partidos políticos. Finalmente los segundos lograron su objetivo.

De una forma tentativa podemos adelantar algunas conclusiones previas sobre lo que se logró hasta 1978:

Uno. Había condiciones y un clima político adecuados para que el gobierno impulsara su "proyecto", de tal forma que se pudo haber legislado, en ese momento, sin mayores costos políticos a largo plazo.

Dos. Faltó un compromiso "real" de parte del presidente y el grupo que impulsaba el derecho a la información como una garantía social.

Tres. El gobierno cedió a las presiones por no arriesgarse a enfrentar las consecuencias políticas inmediatas que se hubieran acarreado si el derecho a la información hubiérase legislado. Por tanto, las presiones del sector privado fueron más fuertes que la voluntad gubernamental.

Cuatro. López Portillo y su gabinete no supieron aprovechar el apoyo que diversos sectores de la población, sobre todo de la clase media, le daban para que impulsase los cambios legislativos.

2.5.7 1979, UN PASO HACIA ATRAS Y DOS MAS

1979 fue una fecha fatídica para el derecho a la información. Podemos decir que por estas fechas se dieron los antecedentes de sus exequias.

Apenas iniciado el año se dejó sentir el contrapeso del sector empresarial y de los radiodifusores: por principio de cuentas vemos que el vicepresidente de Televisa, Miguel Alemán Velasco, junto con los dirigentes de Excélsior y El Heraldo rechazan el derecho a la información porque supone "en principio mediatizar un ejercicio". (57) La medida surtió sus efectos y durante varios meses se canceló la discusión propiciada por el gobierno. Inclusive son suspendidas las audiencias públicas.

Por consecuencia "enero de 1979 marca el inicio del retroceso en las proposiciones del mismo gobierno. El capital monopólico nacional e internacional que detenta las concesiones de los medios de difusión electrónica presiona para que no se legisle sobre el derecho a la información. Prensa conservadora y consorcio televisivo logran el objetivo: hacer silencio total en torno a la legislación pendiente y aplazar las audiencias públicas solicitadas expresamente por el presidente de la República.

"La coyuntura favorable para la democratización de la radio y la televisión, abierta en la mitad del sexenio, comenzó a cerrarse. El Estado mexicano vuelve a ser la víctima de su propia política de información masiva instrumentada desde 1940". (58)

Si a esto agregamos otros acontecimientos vamos a ver que, efectivamente, nos encontrábamos en vísperas de los funerales del derecho a la información.

El 16 de mayo de 1979 renuncian a sus puestos Jesús Reyes Heróles y con él se va la posibilidad de la legislación. Su lugar sería ocupado por Enrique Olivares Santana. Además los secretarios de Relaciones Exteriores

y de Programación y Presupuesto, Santiago Roel y Ricardo García Sainz, respectivamente, fueron sustituidos por Jorge Castañeda y Miguel de la Madrid.

Es importante destacar esta circunstancia porque en 2 años del periodo de López Portillo casi la mitad de los miembros de su gabinete habían sido removidos. Esto es un indicador de cómo se encontraban las cosas al interior del gobierno.

Mas también es un reflejo de la desorganización y anarquía imperantes en los organismos donde se dan las tomas de decisiones. Y esto es tan cierto que, por ejemplo, en el sector comunicación a dos años de distancia -junio de 1978- el primer mandatario ha tenido tres directores de información de la presidencia de la República: Rodolfo Landeros, José Luis Becerra y Fernando Garza.

En este contexto -el 4 de junio de 1979- Pablo Marentes, director de Canal 11, pide a sus colaboradores que se modere el "tono crítico" en el área informativa, con el fin de "conservar el medio". Según las justificaciones, se tocaron algunos temas que molestaron a "varios secretarios de Estado". Todo ello con las debidas repercusiones a pesar que la imagen lo grada por el canal del Politécnico se debía a su manejo de noticias y comentarios.

Si volteamos la vista al terreno de la planificación vamos a caer en la cuenta que, para el año de 1979, las cosas también andaban de cabeza. Dice José Luis Ceceña que "se comete el error, únicamente explicable en términos e intereses sexenales, de planificar a corto plazo: 5 años, pero con una agravante: se elaboran planes para 'ayer'. En efecto -agrega hoy, abril de 1979, se está elaborando el Plan Global Quinquenal 1978-1982".

Ceceña concluye: "en síntesis, en México se confunde la planificación económica nacional con la carabina de ambrosio". (59)

Podemos ver que el sexenio lópezportillista fue el de los planes, para todo había uno aunque la utilidad fuera nula.

Debí haber pasado casi medio año para que el gobierno retomara, por nueva cuenta, la pelota. Tocaba el turno, otra vez, al secretario de Gobernación, en este caso el recién estrenado Enrique Olivares Santana. En la comida para festejar el día de la libertad de prensa -7 de junio de 1979- recordó la intención gubernamental de legislar sobre el derecho a la información.

En esa ocasión expuso: "La reglamentación que se haga deberá asegurar que la información aproveche y beneficie fundamentalmente a la colectividad y que en ningún momento ponga en peligro la seguridad y la paz sociales". (60) Asimismo señaló que tan grave es el ocultamiento de la información "como su distorsión, amputación o disfrazamiento".

Sobre la segunda parte de su intervención Juan José Hinojosa señala que "el día de la libertad de prensa, con sus épicas referencias al derecho a la información, exhibe, otra vez, la incongruencia del sistema que en la teoría se sustenta como un fiero paladín y protector de la verdad de la información y en la práctica, rutina de todos los días, oculta, distorsiona, amputa, tripula y disfraza su propia información". (61)

¿Por qué volver sobre el mismo tema si, en apariencia, el gobierno había sido derrotado por los concesionarios?

Según Carlos Pereyra "las autoridades mantienen la intención de reglamentar ese derecho, no obstante que la resistencia empresarial dejó la impresión de que el proyecto había sido derrotado en definitiva. Esa impresión, agrega, se fortalece en virtud de los sucesivos fracasos con el propósito de reformar la ley de radio y televisión". (62)

Sin embargo, cuidado, eso nos puede llevar a conclusiones falsas, pues nunca fue señalado, por los voceros oficiales, qué características debía tener la reglamentación del derecho a la información. Los recursos retóricos, indica Raúl Trejo Delarbre, han sustituido a los proyectos definidos.

2.5.8 3^{er} INFORME DE GOBIERNO, EL TERCER PASO HACIA ATRAS
REIVINDICACION DE LOS RADIODIFUSORES

José López Portillo fue muy claro en su tercer informe de gobierno: el derecho a la información, en la medida en que no es nombrado, pasa al ostracismo. Eso sí, atendió el reclamo de los empresarios de los medios de difusión. Fue más que claro.

El 1^o de septiembre convoca a los dirigentes de los medios masivos de difusión para celebrar una "alianza para la comunicación" en la que no se admitan censuras (¿del gobierno?) ni de agresión o insulto. En realidad quien sabe qué haya pasado por debajo de la mesa, pero lo cierto es que los hechos son contradictorios: se decía una cosa y se hacía totalmente lo contrario.

Fátima Fernández, sin indicar su fuente, afirma que "en una entrevista solicitada por los dirigentes del consorcio televisivo privado el jefe del ejecutivo prometió no continuar con el proceso de reglamentación del derecho a la información. Y lo cumplió, el tercer informe de gobierno olvida la promesa del segundo.

Simultáneamente hay un silencio absoluto sobre un proyecto gubernamental que intentaba pluralizar la radio y la televisión. Ruidosa condena a los espacios críticos (recordemos el caso de Canal 11 en junio de este año). No quedaron atrás las indefiniciones de los primeros años: 5 directores diferentes en el canal paraestatal; tres al frente de la dependencia encargada de la información e imagen presidencial; diversas oficinas gubernamentales para centralizar el manejo de los medios informativos: Programación, Gobernación, ahora la Presidencia a través de la recién estrenada Coordinación de Comunicación Social.

Es falso que las indefiniciones hayan quedado atrás, la indefinición y la incongruencia fueron las constantes en este sexenio. (63)

2.5.9 LUIS JAVIER SOLANA A LA COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

Viene el cuarto del sexenio, Luis Javier Solana, quien sustituye a Fernando Garza. Es nombrado por el presidente José López Portillo responsable de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia; éste tendría la misión de "armonizar los planes y la acción de todos los medios de comunicación de que dispone el gobierno federal" (64)

Luis Javier Solana incluía en su curriculum las direcciones de El Universal, El Universal Gráfico y de la revista Mañana y, entre otros cargos, exvicepresidente de la Asociación de Periódicos Diarios.

Es importante destacar que bajo la dirección de Solana se llevó a cabo un estudio -nunca reconocido oficialmente por el gobierno, del cual hablaremos con posterioridad- para implementar una Ley de Comunicación Social y también pretendió impulsar el derecho a la información.

Empero, su nombramiento obedecía, más que nada, a una medida para recomponer la maltrecha imagen que del presidente se tenía y, asimismo, darle coherencia a toda la información emanada de la Presidencia, así como evitar la anarquía en el manejo de la información.

Mientras se daba la reorientación en las oficinas de la Presidencia se cita, por segunda ocasión y en el contexto del mes de la patria, el 12 de septiembre, a organismos políticos, periodistas, escritores, colegios de profesionales y "población en general" a vertir sus opiniones sobre el derecho a la información, nada más que ya no sería en el seno de la Comisión Federal Electoral, ahora la convocante es la Comisión de Puntos Constitucionales de la Cámara de Diputados.

La fecha de audiencias sería, supuestamente, del 24 de septiembre al 16 de octubre de 1979, aunque este último día fue cuando se cerraron las inscripciones para las audiencias públicas, con 200 inscritos.

Las reacciones no se hicieron esperar e inmediatamente se manifestaron en contra los partidos Acción Nacional, Demócrata Mexicano y, vaya contradicción, el Comunista Mexicano pues coincidían en que sobre la información no podría ejercerse ningún control. (65)

Las imprecisiones del gobierno tampoco se hicieron esperar. Si bien se hacía la convocatoria en ningún momento se indicaba la mecánica de las audiencias ni bajo qué términos se recogerían o desecharían las propuestas que hicieran los expositores.

Perorata y "voluntad" gubernamental para impulsar el derecho a la información se repiten. Enrique Olivares Santana al inaugurar la Semana de la Radiodifusión el 16 de octubre señala: "el poder público es el principal obligado a informar. Vale la pena reiterar, de manera rotunda, que ninguna reglamentación en esta materia se puede concebir como un dique para limitar el ejercicio de libertad para opinar y analizar los hechos y los fenómenos sociales, económicos y políticos del país". (66)

Por su parte Rodolfo González Guevara, subsecretario de Gobernación, también aportó lo suyo y, un día después, en la comida anual de la CNIRT, da a conocer el "estudio" de una ley sobre el derecho a la información. Además, indica que "...no existe un anteproyecto' para el derecho a la información pero la ley secundaria (de éste) deberá tomar en cuenta:

"a) la obligación de proporcionar la información está constitucionalmente a cargo del Estado...

"b) hay elementos o datos del conocimiento exclusivo de los funcionarios públicos que no pueden darse a conocer porque pondrían en peligro la seguridad general... la ley tendrá que prever estos casos.

"c) libertad de los medios para la información bajo una estricta responsabilidad. Es esta un área que tendrá que ponerse absolutamente fuera de la ley por expedirse.

"d) los rebases y abusos de libertad de expresión, finalmente, son temas que competen a la ley de imprenta". (67)

Una semana antes Reyes Heróles había dicho que la ley que "reglamentará" el derecho a la información "contempla también a la información persuasiva..." ¿Por fin, hubo o no proyecto para legislar el derecho a la información? ¡Falta absoluta de coherencia!

Volviendo a lo dicho por González Guevara, éste señaló que la comunicación social se encuentra en estructuración, apegada en gran fuerza con la Reforma Política.

De su declaración se destaca un aspecto antagónico y demuestra lo irracional e irresponsable en las declaraciones. Se enfatiza que no se tiene un anteproyecto del derecho a la información pero se plantean cuatro aspectos que posteriormente se integrarían, con otros, en el anteproyecto de comunicación social impulsado por Luis Javier Solana, director de la Coordinación General de Comunicación Social.

Luego entonces, se derivarían dos explicaciones:

1ª Todo parece indicar que el gobierno sí tenía un "as" en la manga pero se vio imposibilitado a sacarlo porque no tuvo el suficiente interés y compromiso con quienes impulsaban los cambios legislativos. Ello, en cierta medida, también fue propiciado por las presiones del capital monopolístico "quien abandonó las páginas de los diarios para actuar en las oficinas gubernamentales de alto nivel y salir de ellas saboreando el triunfo de una victoria preliminar". (68)

A esto también debemos sumar la acción de los funcionarios que no estaban de acuerdo por las modificaciones y, de alguna forma, intervinieron para que se bloqueara toda reforma o cualquier intento legislativo (valga recordar el papel de Luis M. Farfán, líder de los prietas en la Cámara de Diputados y encargado del control de la misma).

2ª De otro lado, ¿por qué se decía que se iba a legislar y no se hacía nada? Probablemente hubo el compromiso con los empresarios de la radiodifusión de no legislar pero mantener "viva" la llama del derecho a la información, y dejar que "el pueblo discutiera" y se enfrascara en una polémica sin fondo. Es decir, les dejaron la pelota para que jugaran con ella un rato y posteriormente se abandonó toda la discusión. De tal forma que el centro de atracción, en 1979, era el derecho a la información a pesar de los graves problemas económicos.

Quizás parezca exagerado aventurar dicha hipótesis, pero si hacemos memoria y vamos a las fuentes veremos que para 1979 la crisis se agravaba. El índice de inflación llegaba al 58.2%, un punto más en relación con el año anterior y con la tendencia a incrementarse en 1980, esto con las debidas consecuencias negativas para los sectores sociales de menores recursos. Los datos chocaban con el nuevo México y la bonanza pregonados por el presidente de la República.

2.5.10 LOS VAIVENES DE LUIS M, FARIAS

Serfa hasta el 21 de septiembre de 1980 cuando se abren los debates sobre el derecho a la información. Al frente de la polémica queda Luis M. Farfas*, líder de la Cámara de Diputados (el hecho de que sea accionista explica por qué su constante negativa para legislar sobre la materia, a pesar de que su actuación lo llevó a innumerables contradicciones).

El 21 de febrero, al declarar abiertos los debates, este personaje manifiesta que para "el Estado mexicano el derecho a la información no consiste en establecer limitaciones a la libre manifestación de las ideas, sino en asegurar una garantía social de que todos estén oportunamente informados para conocer a tiempo las actividades del gobierno..." además señaló que la Comisión de Gobernación y Puntos Constitucionales de la Cámara de Diputados no tiene elaborado un programa; no existe elaborado un proyecto de ley, que no debe resolverse (pero sí) queremos escuchar los diferentes puntos de vista, queremos que esta audiencia permita conocer las opiniones y los argumentos de quienes más han meditado sobre el tema.., de quienes tienen más experiencia para llegar, primero, a decidir se es necesaria la reglamentación y, segundo, de considerarse así, cómo debe instrumentarse tal reglamentación.

Hubo sesiones en la capital de la república y en el interior del país (audiencias regionales) para recoger el sentir de "todos los mexicanos", las cuales se llevaron a lo largo de seis meses en 18 sesiones realizadas en el D.F. y 6 audiencias regionales en varias partes del país.

Como era de esperarse, las posiciones giraban desde la condena a la industria de la radiodifusión electrónica, hasta la solicitud de reglamentar sobre el derecho a la información, pasando por

*Político conservador, diputado, senador y gobernador sustituto de Nuevo León. Siendo diputado, en 1968 organizó a éstos para adherirse a la política de Díaz Ordaz cuando los sucesos del movimiento estudiantil de ese año. Viejo accionista de diversas estaciones radiofónicas como la XEBS (Radio Sinfonía); XEOY (Radio Mil) etc., además de socio de algunos empresarios como Adrián Laíous y Francisco Flores Alvarez, entre otros.

la petición de no legislar nada por el "exceso de leyes".

De un estudio realizado en ese año se desprendieron los siguientes datos:

Se registraron 137 ponencias. Estas carecieron de temario "fijo", lo cual no permitió construir "bloques cerrados a favor o en contra de puntos que no fueran en la realidad abordados de idéntico modo". Sin embargo, dice la investigación, "a favor de reglamentar el derecho a la información se pronunciaron directamente 45 ponentes". Hubo otros participantes que se manifestaron por cuestiones como las siguientes: medidas antimonopólicas para frenar el "colonialaje informativo"; revisión exhaustiva de leyes; acceso de organizaciones sociales a los medios masivos, etc.., En total fueron 107 los expositores que sostuvieron estas posiciones,

Por el contrario, en contra del derecho a la información de manera tajante se inclinaron 22 ponentes, Otros expresaron que no era viable la legislación por diversos motivos. Algunos más señalaron la coartación de las libertades individuales (sector privado); hay suficientes leyes, reglamentos y limitaciones (Televisa); la ley del derecho a la información era ambigua etc.. en total 54 personas estuvieron en contra de cualquier medida legislativa. (69)

Como se puede observar, pues, el doble de oradores se expresaría por alguna vía para contener al monopolio informativo,

Ahora bien, es preciso aclarar que la respuesta del sector privado, Televisa y los grupos más conservadores no cesaron en su lucha por detener todo intento para legislar el derecho a la información.

Luis M. Farias, por su parte, continuó con múltiples contradicciones. A nueve audiencias públicas de distancia señalaba la disposición de legislar pero sin afectar "por ningún motivo la libertad de expresión" y en caso de no lograrse el respeto de ésta, dijo, es preferible no reglamentar, .. pues sería absurdo que una ley reglamentaria de la Constitución afectara una garantía constitucional. Pero, y he aquí la contradicción, señalaba que sí "sería necesario reglamentar el derecho a la información, a fin de que pueda ser operativo y eficaz". ¿En qué podría consistir el lesionar la libertad de expresión? No lo aclaraba. Si vemos entre líneas era la negativa contundente a cualquier modificación a las leyes, de tal forma que Farias actuó como dique para detener la avalancha a favor del impulso al derecho a la información.

De otro lado, continuando con el esquema seguido en los 3 años anteriores, el gobierno seguía dando a conocer "su posición" ya que, se decía, sí se legislará. Aún cuando esto se contradecía con los hechos.

Por vía del Coordinador General de Comunicación Social, Luis Javier Solana, en la XXX Conferencia Anual de la Asociación de Comunicación Internacional, celebrada en Acapulco el 20 de mayo de 1980, se dijo que México no pretendía una estatización y oficialización informativa... lo que busca, señaló el Coordinador, es el acceso de las grandes mayorías a la información, restituyéndoles el uso de su propia voz perdida. Aspira nuestro país a que el derecho a la información sea una garantía internacional, porque está convenido de que es un bien eminentemente social. (70)

Esa misma situación era manifiesta en la Cámara de Diputados. La retórica se sobreponía a los hechos. Marcelino Farfassegufa con su pretensión de evitar que se reglamentara la información. Las acciones lo hacían más que evidente, pero a pesar de ello éste insistía en el "deseo" gubernamental de "legislar" y aclarar que no existe "ningún bloqueo". Más bien, decía, estamos en busca del equilibrio que permita establecer las reglas del juego... Se busca reglamentar "no limitar ni impedir", sino encontrar los cauces para que el fenómeno informativo se dé en libertad, con eficiencia...

De tal suerte que Farfas resumía en 7 los aspectos que debía comprender el derecho a la información: 1.- no ser molestando a causa de sus opiniones; 2.- investigar, recabar información; 3.- investigar opiniones; 4.- recibir informaciones; 5.- recibir opiniones; 6.- difundir informaciones y 7.- difundir opiniones. (71)

El heptálogo de Farfas no es otra cosa que el desglose del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, firmada en París en 1978.

Las audiencias llegan a su fin el 10 de agosto de 1980, en la clausura el líder de la Cámara de Diputados, Farfas, condenó al fracaso el derecho a la información. El resultado fue que la Comisión de Gobernación y Puntos Constitucionales del referido cuerpo legislativo, se reuniría en "fecha próxima" para integrar una subcomisión encargada de estudiar las 140 ponencias presentadas a lo largo de las reuniones de trabajo. Esa Comisión daría un dictamen sobre la viabilidad de legislar en torno al derecho a la información, "para que sea la propia comisión la que decida si se presenta o no un proyecto de ley reglamentaria del artículo 6º constitucional"

Con esto se enterraba, finalmente, el derecho a la información en aras de la "libertad de expresión" (de las minorías).

ALGUNAS CONCLUSIONES PRELIMINARES

De lo analizado hasta el momento podemos llegar a ciertas conclusiones previas. Si bien el gobierno de López Portillo pretendía tomar como "eje" de su política de comunicación social el derecho a la información, con los resultados ya señalados todo llevó a demostrar un evidente fracaso en la organización, orientación

y manejo de los medios de difusión, privados y estatales. Aunque constantemente, y todavía después que se dio por enterrado el derecho a la información, los mismos dirigentes gubernamentales apelaban ^{sobre} la obligación del Estado para promover la vigencia del derecho a la información (Rodolfo González Guevara, subsecretario de Gobernación, en Cocoyoc, a fines de octubre de 1980). Fernando Solana, secretario de Educación Pública, también volvía a la perorata e indicaba que "en radio y televisión el Estado debe intervenir." Incluso José López Portillo igualmente planteaba la articulación de una "filosofía de comunicación participativa".

Por otra parte vemos que la polémica llevó a "confundir" constantemente la libertad de expresión con el derecho a la información, siendo que son dos cosas diferentes. No obstante quienes más cayeron en la confusión eran los que se oponían a cualquier cambio.

El resultado final, un triunfo rotundo de los empresarios de la industria de difusión electrónica, esto por partida doble tomando en cuenta que Luis M. Farfán resultó ser el mejor defensor de éstos al interior del gobierno.

De tal suerte que en el fondo se reflejaba una indefinición absoluta. En virtud de la renuncia de Virgilio Caballero -exdirector de noticieros- y 21 de sus colaboradores de canal 11 por la orientación

que Virgilio Caballero y su equipo daban al programa. Para el antes director de noticieros el fondo del problema era que "nadie sabe ni dice qué hacer con los medios del Estado o cuál es, en definitiva, la relación de éste con todos los medios y la sociedad civil. Existe una indefinición de fondo que, para mí, es el problema substancial. Como no la hay, quienes estamos en los medios del Estado nos vemos obligados a interpretar día con día. No ha habido la voluntad política de estructurar un sistema de comunicación que le permita al Estado esclarecer ante la sociedad, sus propios rumbos. Obviamente, no es un problema de individuos, es un problema del sistema mexicano". (72)

Ese, en última instancia, era el contexto en el cual se desenvolvía el embrollo del derecho a la información y eso fue precisamente lo que permitió que éste no fuera incluido en la legislación.

Si el gobierno no sabía qué quería con sus propios medios para difundir sus proyectos, planes, avances etcétera, mucho menos iba a poder instrumentar una política de comunicación social de acuerdo a las necesidades de quienes no tienen modo de hacer oír su voz.

2.5.11 "BASES ESTRATEGICAS PARA LA CONSTRUCCION DE UN SISTEMA DE COMUNICACION SOCIAL", EL HIJO SIN PADRE

Antes de finalizar 1980 y frente a la imposibilidad y desinterés por impulsar el derecho a la información, tomando en cuenta la incapacidad del Congreso y la renuencia de Luis M. Farfás por sacar adelante la reglamentación, López Portillo pide a Luis Javier Solana, Coordinador de Comunicación Social de la Presidencia, un estudio para instrumentar un Plan Nacional de Comunicación Social y un proyecto del ley reglamentaría del derecho a la información.

La investigación se lleva 7 meses con la participación de 40 expertos, quienes, como resultado, entregan 6500 cuartillas repartidas en 30 tomos y se entregan al presidente en vísperas de su 5° informe de gobierno. Aunque el proyecto se "congela", primero, y posteriormente muere antes de salir del útero estatal veámos en qué consistía. No obstante, a pesar de ser un secreto a voces, resulta sintomático que el gobierno se niegue a reconocer la existencia de dicho estudio.

El anteproyecto de ley (424 artículos más transitorios) proponfa el "reordenamiento de la legislación actual, en las diversas áreas de la comunicación, así como la creación de diferentes instituciones capaces de articular una estrategia nacional, implementar políticas específicas y vigilar el cumplimiento de las leyes. Un sistema de comunicación plural, participativo y democrático, en el que junto con el respeto a la iniciativa individual y colectiva fuera el Estado el que garantizara la igualdad de oportunidades".

En el documento también se proponfa que "quienes tienen el poder de informar no rinden cuentas a nadie, pero el drama se define

en una frase: nadie les pide cuentas tampoco". Por lo tanto, la dirección política de un proyecto ordenativo "sólo puede estar a cargo del Estado..." (73)

Ahora bien, ¿cómo se pensaba cumplir con tales cometidos? En un apretado resumen diremos que el gobierno se proponía hacerlo con las siguientes medidas:

"...participación popular en el manejo de los medios; medidas para que el Estado intervenga de una manera más directa en el uso, manejo y control de la comunicación social en todos sus ámbitos. Todo lo relacionado con comunicación queda contemplado... reglamentado en abundantes disposiciones legales en los que imbrican el control y la democratización de los medios".

Se propone, por ejemplo, "la creación de 5 organismos institucionales, dependientes del Gobierno Federal, que intervendrá en el manejo de los medios de comunicación (por medio de) Coordinación General de Comunicación Social; Comité Coordinador de las Actividades de Comunicación Social del Gobierno Federal; Comisión Intersecretarial para coordinar las acciones informativas de la Administración Pública Federal; Consejo Nacional de Comunicación Social y Procuraduría Federal de Comunicación Social.

"Ahí se obliga a los concesionarios a cumplir con una función social. Desde estos 5 organismos el anteproyecto plantea abrir los medios de comunicación para promover la participación activa y el acceso masivo a la información de todos los sectores.

"Se prevee la suspensión de la televisión por cable.

"Las concesiones se darán por un plazo máximo de 10 años, que podrá renovarse. Los permisos plazo limitado de 20 años. Ambos podrán ser renovados cuando el ejecutivo lo considere pertinente.

"...autorización para retransmitir señal llegada del exterior del país.

"...además se prevee, entre otras cosas, la creación de una serie de mecanismos de participación popular en el área de comunicación. Es decir, el anteproyecto plantea todo lo que se pueda referir al control de todos los espacios que contemplan comunicación en cualquiera de sus facetas". (74) Lo reseñado hasta aquí es sólo una mínima parte de las medidas que se plantean en el anteproyecto.

Lejos de asumir su responsabilidad, el gobierno optó por callar y contradecir lo que se decía en las "Bases Estratégicas..." Así la obligatoriedad de informar a la sociedad civil se diluía. Fernando Solana (SEP): "no puedo dar una entrevista de un proyecto que desconozco". Luis Javier Solana, por su parte, se limitaba a negar la existencia del estudio (en noviembre de 1981, su enfrentamiento con Luis M. Farfán lo llevaría a reconocer que "se ha estado trabajando, elaborando borradores y análisis..." esto es, sobre el proyecto a que se hace referencia).

Aunque, como señala Carlos Marín,

las fotografías de los preparativos del 5º informe gubernamental muestran sobre el escritorio del presidente tres de los treinta tomos del Plan Nacional de Comunicación Social.

Es obvio que si bien el proyecto no preveía un cambio radical en la estructura de los medios de difusión en nuestro país, si pretendía ejercer un mayor control sobre esta industria, por tal motivo el reconocimiento de éste hubiera provocado una reacción en cadena -por parte de empresarios y concesionarios- de graves consecuencias políticas, como pudo haber sido un distanciamiento entre las relaciones gobierno-sector privado. A ello de-

be adjudicarse, en última instancia, la explicación de porqué el Estado prefirió no correr el riesgo de informar a la población y reconocer la existencia del Plan de Comunicación Social.

De lo anterior también surgiría una interrogante: ¿por qué se "filtró" la información de la existencia del llamado anteproyecto si de antemano se sabía la respuesta de los sectores más conservadores? (Esta indiscreción fue adjudicada a Luis M Farfás).

A mi juicio esta fue una medida para, en un primer momento, levantar las manifestaciones en contra del mismo (de "proyecto fascista" lo calificaban los consorcios periodísticos*) y, posteriormente, hacerlo abortar.

Resulta "extraño" que Federico Bracamontes, presidente de la Asociación de Editores y Periódicos Diarios, dé a conocer que "versiones dignas de crédito nos han informado que existe un nuevo estudio apéndice de la ley reglamentaria".

Es probable que a estas alturas todo intento por controlar la actividad de los concesionarios de los medios de difusión haya quedado debidamente controlado, con lo cual el mismo gobierno perdía la batalla que había iniciado. Los primeros volvieron a poner de rodillas al segundo.

*Sólo El Universal reconoció, en 1981, la necesidad de reglamentar el derecho a la información.

2.5.12 EL CIRCULO SE VOLVIO
CUADRADO
PARA LUIS M. FARIAS

Las declaraciones oficiales sobre el derecho a la información deben o pueden entenderse como si fuera una barra de diferentes tonalidades: del "impulso" continuo que se le dio en los 4 primeros años se pasó, gradualmente, a poner en entredicho la efectividad de la legislación: Farías, para entonces líder de la Cámara de Diputados, en mayo de 1981 apuntaba que era "muy difícil precisar el ejercicio del derecho a la información sin afectar la libertad de expresión (¿de quién?). Hemos hecho el intento y no hemos encontrado, por decirlo así, la cuadratura del círculo", a pesar que fueron escuchados diferentes anteproyectos que "no dieron el ancho" y por alterar el derecho de expresión.

De la negativa velada a legislar el presidente pasó al silencio total. En su 5º informe de gobierno nada dijo que hiciera referencia a la información. La puntilla la sumiría mes y medio después.

Mientras tanto, Federico Bracamontes seguía cultivando el terreno para sepultar en lo más profundo el derecho a la información. En la primera quincena de octubre de 1981 dice estar en condiciones de afirmar, porque así nos lo han expresado oficialmente el Poder Ejecutivo y el Legislativo federal (SIC), que durante el periodo de sesiones no se abordará proyecto alguno que... pretenda coartar o restringir los caminos de información que el pueblo recibe".

A 43 días del informe López Portillo dio el golpe final y daba por concluida toda legislación relacionada con el derecho a la información. En una reunión con estudiantes de periodismo en Veracruz

señaló que la libertad "debe contemplarse... como problema y proyectarse como posibilidad de obligarse, para que los pares, estos, los iguales (¿?), establezcan sus PROPIAS REGLAS y asuman sus propios compromisos" (75) De tal forma que el gobierno se desentendió... dejó manos libres a los concesionarios y renunció a su facultad legislativa.

Luis M. Farfán empujó, todavía más, el estoque. Al preguntársele sobre la necesidad de la reglamentación categóricamente dijo: "Yo no creo que sea indispensable, pero es materia de opinión".

5 años de discusión, una investigación exhaustiva, el anteproyecto de comunicación social y todo un trabajo debidamente preparado (6500 cuartillas, 30 tomos) con el objetivo de beneficiar a amplios sectores de la población eran echados al cesto de la basura. Una de las mejores oportunidades para afectar a los concesionarios se frustraba por la falta de interés gubernamental.

Sobre los polvos de la discusión Carlos Monsiváis señala acertadamente que "el derecho a la información termina siendo el juego del teléfono descompuesto... el sentido de la fábula estatal que inventa un término, lo incorpora abstractamente a la Constitución, lo deja a la disposición del público unos meses y se lo lleva luego a su casa para follarlo de peluche. Si, continúa Monsiváis, como se advierte tan drásticamente, el Estado no se suicida, ciertamente se rodea de verdugos involuntarios que demuestran la crisis de sus fuentes de aprovisionamiento lideri".

Así como había los verdugos involuntarios también la contraparte no se daba por vencida. La división al interior del gobierno volvía a dar muestras de vida: el subsecretario de Gobernación, José Rivera Pérez, dice -3-XI-1981- que es conveniente y recomendable reglamentar el derecho a la información. Posteriormente Luis Javier Solana -15-XI-1981- vuelve a insistir sobre lo mismo pues, aclara, de no ser así "el artículo 6º constitucional no es más que letra muerta". Y fue más preciso: "el derecho a la información no es ni ha sido enterrado, como se ha dicho por ahí. Lo que falta es la definición. La Dirección General de Comunicación Social ha estado trabajando... elaborando borradores (se refería, inferimos, a las "Bases Estratégicas...") y análisis que aún no ha completado, proponiendo bases para cumplir el mandato constitucional". (76)

Además critica a quienes se negaban a aceptar la legislación. Atacó a la "minoría" que se inclinó por dejar las cosas como estaban. (La pugna era más que evidente y reflejaba los dos grupos antagónicos que, al interior del gobierno, trataban de sacar adelante sus planteamientos).

Del otro lado Luis M. Farfán abiertamente ya declaraba la inconveniencia de legislar pues se atentaría contra la libertad. Haciendo a un lado el planteamiento de Solana, refería: "¿y a mí qué me preocupa lo que él piense?". Además, "era seguro que en este periodo legislativo (el último del sexenio) no se reglamentará tal derecho..."

En la Cámara de Diputados se hacía alarde del consenso de los

diputados priistas para reglamentarlo, inclusive "si ahora mismo se presentara contaría con la aprobación de la mayoría". Es sintomático que se vertieran declaraciones totalmente opuestas a la vertida por el líder de los legisladores. Se vislumbra la política de dejar hacer dejar pasar declaraciones para que, al final, se llegara a no alterar la legislación. Esta es el reflejo del triunfo del grupo conservador por sobre quienes impulsaban el derecho a la información.

El gobierno no quiso, por su parte, correr el riesgo del "intentar" la modificación porque su postura siempre estuvo bien definida: con los intereses de los empresarios de radio y televisión.

Para Miguel de la Madrid Hurtado, candidato priista a la presidencia, la situación era otra: "...si Luis Farfás no quiere hacerlo porque va de salida, yo sí lo quiero hacer (reglamentar) porque voy de entrada... es necesario hacer un replanteamiento de los medios de comunicación". (77)

2.5.13 GALINDO OCHOA; EL QUINTO DEL SEXENIO

El triunfo de quienes obstaculizaban y frenaban el derecho a la información trajo sus consecuencias más inmediatas. La primera de ellas fue la remoción del Coordinador de Comunicación Social, Luis Javier Solana (anunciada el 22 de febrero de 1982), por Francisco Galindo Ochoa; esto, sin embargo, hace patente la pugna intergubernamental y la debilidad de quienes promovían modificaciones.

Pero lo más relevante de esta pugna es que con ella se muestra la incoherencia de la política de comunicación social del gobierno Lópezportillista y su clara tendencia a fortalecer lo grandes consorcios periodísticos y a Televisa.

En cuanto a la renuncia de Solana, éste egrime motivos de salud; el presidente López Portillo, según Froylán López Naryáez, argumenta que es necesario el cambio para que haya una política, atención "a ciertos tipos de programas más específicos, más amplios, más claros y más limpios". (78)

Otra versión señalaba que la renuncia de Solana se debía a fallas en el manejo de la imagen presidencial y maltrato a los periodistas. Una cuarta afirmaba que la remoción había sido por las actividades que desempeñaba la Dirección de Planeación de la Coordinación de Comunicación Social (de ésta hablaremos con mayor amplitud en páginas posteriores).

Muchas eran las versiones: contradictorias, ambiguas, Empero, los hechos demuestran que había que poner las cosas en su lugar, hacer a un lado las indefiniciones y tomar posición, Luego entonces, como el derecho a la información había quedado relegado y la consigna era finiquitar una polémica que duró 5 años, era menester hacer a un lado al o los principales impulsores de la legislación, De tal forma que Solana ya no era útil al sistema,

Francisco Galindo Ochoa, luego de haber tomado posesión, quiso establecer una política de puertas abiertas "para todos, sin distinción". Prometía, a los periodistas, oportunas noticias "para que puedan informar a la opinión pública de lo relacionado con la Presidencia de la República y el Gobierno Federal". (79)

Su política de "puertas abiertas" rápidamente se vino al suelo y lo primero que hizo fue dismantlar la Coordinación que llevaba a dirigir. Como primer medida borró del mapa a la Dirección de Planeación: jefes de sección, investigadores, secretarías y personal de vigilancia fueron despedidos. Asimismo, otros 50 investigadores y asesores que participaban con trabajos de la Dirección de Planeación. Federico Fasano era el encargado del organismo.

Beatriz Solís, presidenta de la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), quien se encontraba entre los cesados, dijo que representa el incumplimiento "definitivo del compromiso gubernamental de reordenar la situación de los medios de comunicación". Fue el triunfo de la incoherencia -agregó- lo que molestó fue lo que se estaba haciendo.

Galindo Ochoa canceló 33 programas de investigación que coordinaba la Dirección de Planeación, entre otros estaba la "Historia de la Prensa en México", dirigida por Granados Chapa, esta Dirección fue la encargada de elaborar las "Bases Estratégicas para la Estructura del Sistema de Comunicación Social",

Además, según Beatriz Solís, el asunto del derecho a la información y su impensable reglamento "creció demastado y el gobierno no supo qué hacer con él", de tal forma que ahora, señalaba Galindo Ochoa 3 semanas antes de finalizar el sexenio, "estamos bien como estamos... (pues) la libertad necesita mantenerse incólume: no necesita reglamentarse". (80)

Como puede apreciarse, el paso de Farnésico Galindo por la Coordinación de Comunicación Social se caracterizó por truncar toda iniciativa que, en su momento, propugnaba por hacer efectivo el derecho a la información. Este, finalmente, sólo llegó a silenciar la po-

lémica que durante los 5 años anteriores habíase desatado. Resulta significativo que cuando Javier Solana daba sus últimas declaraciones en la segunda quincena de noviembre de 1981 afirmaba que sin la debida reglamentación del artículo 6º de la Constitución el derecho a la información sería letra muerta, esto a pesar de que su gestión también fue caracterizada como tibia y falta de un compromiso real. Ahora bien, después de la polvareda levantada por Galindo Ochoa se cae por nueva cuenta en el silencio absoluto y nada vuelve a decirse sobre el ya señalado derecho a la información. Además no debemos olvidar, como fue señalado en páginas anteriores, que al Coordinador de Comunicación Social se debe la suspensión de la publicación a revistas prestigiadas por su crítica constante al gobierno, como fueron Proceso y Crítica Política. De la misma forma se dio la suspensión del programa radifónico "Opinión Pública", de Francisco Huerta. Esa, podemos decir, fue la constante con Francisco Galindo Ochoa, junto con la marginación y los "regaños" a los periodistas que mostraban otra visión de la problemática nacional que no fuera la oficial.

2.5.14 EL DESCARGO DEL PRESIDENTE. DE LA INCERTIDUMBRE DE LOS MAS A LA CERTIDUMBRE DE LOS MENOS

Antes de abandonar su aposento y marcharse al retiro, José López Portillo justificó su política en el campo de la comunicación y precisó: el derecho a la información no se legisló por la incertidumbre, se optó por la libertad cuando no había la certidumbre de que el propósito iba a causar el bien general, y no me arrepiento de haber optado por ésta. (81)

Ninguno de los que trabajan dentro de estos medios, señaló, podrá reprocharme el impedimento del ejercicio legítimo de su actividad, pues a ninguno se forzó a que hicieran o dejaran de hacer lo que a sus derechos competía.

Pero los hechos eran más evidentes que las palabras. Sólo por mencionar algunos acontecimientos que echaban por tierra las palabras del presidente señalaremos la negativa a concesionar a las universidades de Guerrero y Puebla estaciones de radio; los boicots publicitarios a Proceso y Crítica Política; el cierre de Opinión Pública etc..,

Todavía no acababan de ser digeridas las palabras del presidente cuando, a escázos 4 días de finalizar el sexenio, se aprobaba el decreto o "Reglamento de Publicaciones y Objetos Obscenos". En éste se promovía la sanción para toda aquella publicación que atentara contra la moral... Aunque sería bizantino detenernos a analizarlo baste decir que la reacción generalizada fue condenarlo por "inquisitorial", "atentatorio de la libertad de expresión", "antiliberal" y otros calificativos que le adjudicaron.

15 días más tarde el decreto era derogado por el nuevo mandatario, Miguel de la Madrid Hurtado. Extrañamente a las siguientes 2 semanas éste impulsaría la llamada "Ley Moral", que pretendía ser un veto a las actividades periodísticas y, por consecuencia, promovía el encarcelamiento para todo periodista que diera a conocer información oficial sin previa autorización; en otros términos significaba ejercer un mayor control sobre la información. Por último se hicieron algunas reformas y frustraban el propósito delamadridista.

No obstante, volviendo al Reglamento de Publicaciones y .Objetos Obscuros quedarfa una pregunta inquietante: ¿por qué este decreto a fin del sexenio y en los primeros quince días del siguiente se anula? Resulta significativo que esta pretensión, condenada al fracaso desde luego, fuera expedido a escasos 4 días de que se da el cambio de poderes. Aunque nunca se sabrán con toda certeza las razones de su expedición, hipotéticamente se podría afirmar que sólo fue un recurso para desviar a la opinión pública y a quienes la generan con el fin de distraerlos de los problemas medulares por los que atravesaba en ese entonces nuestro país, entre ellos tenemos la grave crisis económica. Es sintomático el despliegue informativo desatado por todos los medios condenando y exigiendo la derogación de dicha ley. ¿Acaso no pudo haber sido toda una campaña financiada por el gobierno para desviar la atención de la crisis económica y política y procurar estabilidad al momento del cambio de poderes? Muy difícil comprobarlo, pero dentro del esquema de nuestro país pudo haber sucedido de esa forma.

2.5.15 CREACION DEL FORO PERMANENTE DE COMUNICACION POPULAR, RESPUESTA DE LOS GRUPOS INDEPENDIENTES

A finales del sexenio Lópezportillista y como resultado del maltrato a los medios de difusión y periodistas independientes, así como de los fracasos y la poca disposición gubernamental para legislar sobre el derecho a la información, se fue creando un grupo que, de alguna forma, cohesionaba las inquietudes de quienes buscaban un cambio en la estructura de la industria informativa en nuestro país.

Las reuniones convocadas por el propio gobierno a fin de discutir la viabilidad de reglamentar o no el derecho a la información, sacaron a flote la multiplicidad de violaciones y vicios que imperaban tanto en los medios de difusión gubernamentales como estatales, de tal forma que gran cantidad de los impugnadores del alto índice de comercialización a las infracciones a la Ley Federal de Radio y Televisión y al manipuleo de la información se sumaron al Foro Permanente de Comunicación Popular.

Dicho organismo tuvo como antecedente el Primer Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión, realizado en Acapulco en noviembre de 1982. En éste participaron alrededor de 250 organizaciones de todo el país.

En su primera presentación, como agrupación independiente y a pesar de su incipiente estructura, tiene éxito pues a través de él se expresan voces que de hecho no tenían mayor eco ni influencia alguna en las decisiones del gobierno. Esta circunstancia llevó al Foro a cobrar una imagen e importancia dentro del área informativa de México. de tal suerte que 4 meses después, abril de 1983, decide hacer permanente su actuación por medio de un secretariado ejecutivo el cual se encargaría de darle vi-

da al Foro Permanente de Comunicación Popular. Ya con esta estructura el Foro aglutinó a partidos políticos de izquierda (PSUM, PRT y PMT); organizaciones independientes como el Frente Nacional Contra la Represión, encabezado por Rosario Ibarra de Piedra; sindicatos independientes, sobre todo universitarios (SITUAM y STUNAM) y del sector prensa (Uno más Uno) y radio (Radio Educación); quedaron incluidos también los rectores de las universidades de Puebla, Guerrero, Zacatecas y Sinaloa; también diversos profesionales de la información (AMIC) y otras organizaciones.

Como se puede observar, la composición del FPCP era heterogénea pues integraba personajes de diversos sectores interesados en el manejo de la información y la comunicación. Desde el nacimiento del Foro hace suyas las demandas de intelectuales y profesionales y periodistas sobre lo relacionado a la libertad de expresión y al uso y manejo de los medios de difusión.

En el Primer Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión, antecedente del FPCP, los pronunciamientos iban desde las manifestaciones de solidaridad a Nicaragua, El Salvador, Granada, Cuba etc., hasta la denuncia y censura de la política norteamericana hacia México y los países centro y sudamericanos. Se criticaban también las posturas asumidas por el gobierno de López Portillo en cuanto a su actitud represiva en contra de organismos periodísticos independientes (Proceso y Crítica Política) y de periodistas críticos con cierta influencia en la población (Francisco Hernández Huerta). Esto lo lleva a rebasar el marco estrictamente informativo para adoptar posiciones políticas sobre los diversos problemas que ya en 1982 se habían agravado.

Aunque la organización del FPCP era incipiente es importante destacar el rol que jugó. Era la primera ocasión en nuestro país que se daba un fenómeno de tal naturaleza. A las inconformidades que con anterioridad

se daban de una manera esporádica e individual ahora eran expresadas al unísono; de hecho el FPCP trata de hacer eco de las inconformidades y pretende influir para generar cambios en la estructura de los medios de difusión.

La trascendencia del FPCP estriba en que en los diversos eventos realizados por éste -uno en Acapulco (1982) y otro en Zacatecas (1983)- los planteamientos que se hacen son de avanzada. Se va desde la exigencia de pedir otra orientación en los mensajes hasta la nacionalización de radio y televisión. Las ponencias presentadas reflejan un amplio conocimiento de causa: así como se habla de un club de radioescuchas para protestar por el excesivo comercialismo en los programas radiofónicos, se habla de cómo elaborar una producción alternativa para contrarrestar a los concesionarios. Las ponencias también versan sobre qué es y cómo debe llevarse a cabo la comunicación popular etc., Es decir, se presenta un enfoque distinto a lo que son actualmente el radio y la televisión privados.

Por medio del FPCP también se expresan otros problemas de carácter político y económico. Es menester recordar que ya en 1982 México se encuentra inmerso en la peor crisis económica de los últimos 50 años: el 25 años atrás México "próspero" se convierte en pobre, la inflación toma la delantera, la inestabilidad gana terreno en gran medida por el rompimiento entre el presidente y el sector privado. Se da una acelerada fuga de capitales (poco tiempo después -septiembre de 1982- se daría la nacionalización de la banca). Junto a los problemas internos se dan los del exterior: la guerra de precios en el mercado petrolero mundial se incrementa, con ella, éstos tienden a reducirse; la banca internacional inicia la ofensiva por medio del alza a las tasas de interés a los países deudores.

entre ellos se encontraba México; la balanza de pagos, también, se torna en exceso deficitaria.

La agudización de los conflictos, entonces, es grave y sin duda el FPCP había logrado conjuntar a importantes sectores de la población y es de las pocas organizaciones que tratan de responder a los problemas que en 1982 y 1983 se presentaron. De alguna forma el FPCP se convertía en un grupo contestatario que había logrado centrar la atención. Sin embargo su actividad, después de 1983, fue reduciéndose y resulta probable que por la influencia adquirida el gobierno delamadridista haya decidido cancelar todo permiso y posibilidad para que el FPCP siguiera expresándose.

DERECHO A LA INFORMACION, BALANCE DE UNA ADMINISTRACION
ERRATICA (CONCLUSIONES)

De lo analizado hasta el momento ya podemos establecer, con cierta exactitud, la dimensión del problema y asentar algunas conclusiones previas sobre el curso que tomó el fenómeno del derecho a la información a lo largo del sexenio de López Portillo.

Por principio de cuentas vemos que a pesar de toda la alharaca oficial el derecho a la información no quedó más que en el estrecho marco de la referida Reforma Política (lo cual implicó, por consecuencia, que éste quedara establecido como un derecho de partido y no individual), el haberlo hecho extensivo a "toda la sociedad" implicaría el rompimiento del monopolio y control de la información en nuestro país, el cual, desde luego, no se logra con la expedición de un decreto.

Aunque la situación era muy clara, la "confusión" muchas veces se generó conscientemente. Sin embargo, el gobierno no tuvo el interés y compromiso social suficientes para hacer valer su papel y afectar a los concesionarios. Optó por la solución más fácil para evitarse problemas a largo plazo; es decir, no lesionar y seguir beneficiando a los dueños de las estaciones de radio y televisión (recuérdese también el convenio entre SCT y Televisa por medio del cual a ésta se le concesionan 46 estaciones terrenas "de gratis"). La soberanía se pone en juego y queda a disposición del consorcio televisivo un servicio que debería ser explotado exclusivamente por el Estado.

El periodo Lópezportillista también se caracterizó por las indecisiones, contradicciones y mucha promoción del derecho a la información, pero nada de acciones concretas. A lo más que se llegó fue a difundir diversos textos que hablaban sobre la necesidad y "voluntad gubernamental" para llevar a buen término la legislación de todo lo que implicaba la actividad informativa, no obstante todo se quedó en el papel.

De las diversas declaraciones oficiales vemos que por medio de éstas se hacen críticas, algunas exacerbadas, en contra de la comercialización de radio y televisión. Empero, el problema de mayor gravedad estriba es que no se vislumbra un plan previo de comunicación social. Con insistencia se dice que se llevará adelante la legislación del derecho a la información y después se da marcha atrás: unos hablan del "carpetazo", otros que "pronto se producirá la decisión final" etc.,. Se prendía el carro, se calentaba el motor, ya caliente se apagaba la polémica y volvía el silencio oficial.

Por otra parte vemos que también se convoca a audiencias públicas (2 veces) con el fin de "discutir" la viabilidad de integrar en las leyes el derecho a la información. De estos hechos se desprende la voluntad de impulsarlo a pesar de las pretensiones para que no se hiciera fueros fuertes, pero faltó voluntad política del gobierno para legislar; además que al interior del propio aparato gubernamental había 2 grupos: quienes impulsaban la reglamentación y quienes estaban en contra. El tiempo demostró que los segundos triunfarían sobre los primeros, teniendo a la cabeza a Luis M. Farfás, líder de la Cámara de Diputados, aunque era a quien menos le interesaba alguna reforma legislativa.

En apariencia se tenía la intención de modificar las cosas (tenemos el estudio de 30 tomos de la Coordinación de Comunicación Social -"Bases Estratégicas..." sobre el llamado Plan Nacional de Comunicación), pero las presiones de Televisa, el sector privado y los funcionarios más conservadores lograron imponer su posición, la lucha del reducido grupo que buscaba el derecho a la información se daba en desventaja, lo cual determinó su derrota.

Ahora bien, ¿qué relación tenía todo este problema del derecho a la información con el futuro presidente, Miguel De la Madrid Hurtado? Aunque es arriesgado aventurar esta hipótesis se podría creer en la posibilidad de que éste haya frenado el referido anteproyecto de ley de Comunicación Social y con ésta el derecho a la información por todos los riesgos que ello implicaba; vemos lo que pasó con la nacionalización de la banca (después se les reintegró a los banqueros el 34% de las acciones nacionalizadas, ya siendo mandatario MMH) no es difícil creer que él mismo haya echado para atrás lo que se había avanzado con el Plan Nacional de Comunicación Social.

Si analizamos el problema desde otro ángulo quedarían algunas interrogantes que pondrían en entredicho la efectividad de la reglamentación del derecho a la información dentro de la estructura económica en que se desarrolla México. Esto nos lleva a plantearnos si de haber prosperado la iniciativa, con la estructura actual de los medios de difusión, hubiera habido cambios significativos.

A mi juicio una legislación de la información en aquellas (y en las actuales, desde luego) circunstancias no cumplirían otro

papel que los cumplidos por los derechos a la vivienda, el trabajo, la salud pública, vivienda etc., ¿Por qué? Pues nada menos porque el gobierno careció del "poder real" suficiente para instrumentar una medida de esa naturaleza (los cambios "por decreto" las más de las veces no funcionan) en virtud de que sus actos y su política estuvo condicionada a los intereses de los sectores de mayores recursos económicos. Esto nos lleva a pensar que mientras los gobernantes no se apoyen en los sectores mayoritarios no podrán llevar a buen término medidas como el derecho a la información; no digamos, como plantean los sectores más liberales y algunos partidos de izquierda, la nacionalización de radio y televisión.

Por otra parte, el derecho a la información tendría implicaciones serias en el aparato productivo y, en cierta medida, éstas pondrían en entredicho una legislación de tal envergadura. En otras palabras, el derecho a la información tendría que prever, necesariamente, el aspecto de la publicidad: si en la televisión se reduce el número de comerciales, entonces la cantidad de ingresos sufre una merma y, por consecuencia, se reducen las ganancias. De otra parte vemos que el mayor número de entradas a los medios de difusión proviene de la publicidad (base económica de la radio y televisión en México). Si en un momento dado la publicidad se limita ¿esto podría provocar desempleo y desestabilización en las agencias publicitarias y en la industria de la teleradiodifusión? Los problemas aquí planteados son cuestiones que tendrían implicaciones serias en la estructura económica de nuestro país. Desde mi punto de vista dichas condiciones pondrían en duda la viabilidad y aplicación "real" del derecho a la información.

3. REORGANIZACION DEL SECTOR DE LOS MEDIOS DE DIFUSION GUBERNAMENTALES
AHORA SI LA VAMOS A HACER

Las relaciones entre los concesionarios y el presidente José López Portillo tuvieron una constante, fuera de los supuestos choques y "enfrentamientos" entre éste y aquéllos: por parte del gobierno se mantuvo el dejar hacer, el respeto, la confianza etc... De su lado los concesionarios -con Azcárraga a la cabeza- se declaraban soldados del presidente, aliados de los planes del gobierno y voceros de su política. Todo ello a pesar de que, por momentos esta relación se veía empañada. Los resultados de lo que no era, por supuesto, ninguna "relación perversa", fueron que el gobierno por sí mismo se amarraba las manos y se imposibilitaba para frenar el desarrollo y ampliación del monopolio televisivo, a quien permitió usufructuar libremente al máximo la industria de las ondas electromagnéticas. En 1982 Televisa se erige como una de las 10 empresas informativas más importantes de todo el orbe, con influencia en ciertas regiones de E.U. y casi todo el territorio de Latinoamérica.

Ahora bien, ¿por qué es importante señalar los vínculos que desde el principio estrecharon el gobierno y los empresarios de la industria de la radiodifusión? Nada menos porque éstos veían que era más fácil ser aliado del primero para enfrentar, sobre todo, a los sectores que desde el interior del gobierno promovían cambios en la Ley Federal de Radio y Televisión y el impulso del derecho a la información.

A largo plazo, como lo demuestran los hechos, esto les dio excelentes resultados. Empero, antes de iniciar el análisis de este rubro veamos en qué condiciones se encontraba el emporio televisivo a principios del mandato de López Portillo,

En el terreno de los medios de difusión comerciales al principio del sexenio sus dirigentes señalaban: "en Televisa estamos viviendo una nueva época" (plana entera en Excelsior, 21-I-77). La imagen del emporio televisivo llegaba a Colombia, Venezuela y Brasil. Con esto Televisa lograba una cobertura de 40 millones de hogares. Igualmente, dice la CNIRT, esta cadena plantea incrementar su mercado internacional con una filial en Madrid, Por medio de Univisión Televisa exporta programas mexicanos a 20 estaciones de televisión de E.U.; en 8 televisoras del Caribe; en 15 cadenas de Centroamérica y en 20 de Sudamérica.

Ahora bien, en el contexto nacional Televisa tiene -en abril de 1977- una producción de 20689 horas de programación anual. Por medio de sus 4 canales cubre 52 ciudades y 927 poblaciones en todo el país. Cuenta, igualmente, con 83 estaciones repetidoras o retransmisoras en México. Cobertura: 43.4% del total de viviendas de toda la república; 25 millones de teleauditorio... (82)

Además, el presidente de la CNIRT, Clemente Serna Martínez, en su reunión del 15 y 16 de abril da a conocer que dicho organismo hará una reestructuración de la radiodifusión mexicana acorde con las necesidades del país y los proyectos coordinados con el sector público... "a fin de lograr una mayor participación en las grandes tareas nacionales, entre éstas las de la alianza para la producción" (83)

Una cosa es clara: el romance entre gobierno-concesionarios, característico en nuestro país, vuelve a reafirmarse: la CNIRT, respondiendo al llamado de José López Portillo realizará conjuntamente con RTC la campaña "Todo hay que hacerlo bien", Vía: 750 estaciones de todo México; Promotores: gobierno-concesionarios. Jesús Terán, subdirector de RTC, alaba el acierto de los radiodifusores, pues con esto la campaña -dice- llegará al 95% de la población. (84)

Pero también hay 2 aspectos importantes a destacar de estos datos: por un lado vemos el acelerado crecimiento del mayor consorcio informativo latinoamericano. Su expansión corresponde a la acelerada y excesiva concentración de capital que ha logrado a partir de su expansión -en la década de los 70-, primero a nivel nacional y luego en el plano internacional, además del gran poder político adquirido. En segunda instancia Televisa rebasa en mucho a la estructura de difusión gubernamental, lo cual muestra fehacientemente la desventaja cuantitativa a que se enfrenta el Estado para impulsar un proyecto de comunicación. Quizás esta deba ser, hipotéticamente, la razón por la cual el gobierno decide finalmente "aliarse" con los empresarios de la radiodifusión que enfrentarlos.

En estas condiciones es que López Portillo tendría que fijar su postura en su relación con aquéllos a pesar de la grave crisis económica. De tal suerte que en su primer año de gobierno decide cicatrizar las heridas que había dejado su antecesor (LEA); era el tiempo de la "reparación de los malos entendidos", había que restablecer "la confianza del sector privado"; todo esto lleva al grupo en el poder a ponerse a la defensiva cubriéndose de los embates de la burguesía mexicana, tendiente a obligar al gobierno mexicano a desechar cualquier tendencia reformista, logrando éxitos incuestionados como los llamados al restablecimiento de la confianza. (85)

En dichas condiciones, decíamos, entonces el gobierno tendría que restablecer sus vínculos con los dirigentes de la difusión comercial y en esos marcos también tendría que ir abriéndose camino

para llevar a la práctica sus primeros cambios en la difusión estatal. En apariencia no tiene nada que ver lo señalado con anticipación pero esto va a determinar -en cierta medida- el derrotero a seguir por el gobierno, como lo veremos más adelante.

3.1 LOS HOMBRES DE LA DIRECTORA

La Reforma Administrativa era el punto de partida de los cambios que se realizarían dentro del sector televisión para darle la orientación a los mensajes que emanarían de las instituciones estatales. En este sentido, quedaba reestructurada el área de información y difusión y, por consecuencia, las instalaciones y oficinas de la SCT dependientes de la subsecretaría de la Radiodifusión pasan a ser controladas por la secretaría de Gobernación, incorporándose por último a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), cuya titular sería Margarita López Portillo.

Con la reestructuración se deja venir la avalancha de nuevos nombramientos:

Carlos Loret de Mola, obsesionado antiecheverrista, es nombrado Coordinador General de RTC, el 2 de febrero de 1977, (36) El 17 del mismo mes el licenciado César Becker da posesión a diversos funcionarios; Dir. de Planeación, Euz Fausto Gómez y Vega; Dir. Técnico y de Producción, Dr. Carlos Ramírez Sandoval; Dir. de Cinematografía, José María Sbert; Dir. de Radio y T.V., Luis Reyes de la Maza; Jefe de Información y Relaciones Públicas, Eduardo Macías; Coordinador de Asesoría General, Ltc. Antonio Trejo; Coordinación Administrativa, Alfonso D' Ajuria; como Subdirectores Técnicos y de Producción Manuel Carrillo e Iván Denegri, respectivamente.

Los hombres ya estaban, al igual que los "lineamientos". Luis Reyes de la Masa, Director de Radio y Televisión, conocido como productor de telenovelas para la televisión comercial, afirmaba que " estamos comprometidos en hacer cultura en la radio y la televisión estatal, sin solemnidades, sin cortinas de nopales mexicanistas, sin chauvinismo trasnochado"

"Realizaremos los libretos de programas que se determinen para la radio o la televisión estatales, con tendencia a informar y orientar sobre asuntos como: productividad nacional, planeación familiar, la salud y la alimentación".

Este departamento de radiodifusión, decía por último, entregará 100 programas (radionovelas con temas históricos), todo esto tratando de explotar la "creatividad y el talento" al servicio de la producción, sin tratar de uniformar al radio, la televisión o el cine. (87)

No obstante, comienzan las contradicciones. Los responsables de la producción dan rienda suelta a su "imaginación y creatividad" procurando la incorporación de gentes ligadas a la difusión comercial: Teodoro Rentería, ex-Director de Noticias del Núcleo Radio-MTI, es nombrado Dir. de Divulgación de RTC. Esta dirección se encargará de captar y distribuir la información generada en la Presidencia de la República para radio cine y televisión.

Si lo que pretendía la DGRTYC era crear una programación y encauzar ésta fuera de los marcos de la comercial, a mi juicio la mejor manera no fue dotarse de profesionales que se han formado en el seno de la radiodifusión mercantil, contrapuesta completamente a la producción cultural" que se proponía RTC.

El mismo caso sucedió con otro exmiembro de Televisa, Luis de Llano Plamer (5 de julio de 1977), Subdirector de Producción y

Programación de Canal 13, al ser nombrado Director de PRONARTE. Luis de Llano se caracterizó, en la televisora estatal, por impulsar la programación comercial, antagónica a los planteamientos originales de producción. Esta política contradictoria, con posterioridad, reflejaría en la conducción del canal 13.

3.2 EL PLAN MAESTRO DE RTC

En la segunda quincena de junio de 1977 se daba fin a la primera etapa del plan maestro de RTC. De acuerdo a un boletín oficial de este organismo el plan tenía como objetivo el mejor aprovechamiento de los recursos para radio y televisión. La etapa inicial, entonces, contemplaba el inventario de recursos en radio y televisión, instalaciones, cobertura, recursos humanos, técnicos, capacidad instalada, empleo general, población receptora, contenido de programación y valor de la industria.

La segunda etapa, decía el boletín, sería investigación, contenido y análisis de receptores, códigos de comunicación, posibilidades de multimedia y coordinación de los medios. En la tercera etapa se comprendía la determinación de la infraestructura nacional para lograr el más eficaz aprovechamiento de las posibilidades que en materia de comunicación sea consecuente en los medios nacionales.

La infraestructura resultante del Plan Maestro de RTC, comprendería: programación nacional, establecimiento de la red informativa y de esparcimiento, así como la culturización del pueblo receptor, consecuente a la etapa de desarrollo del país y la elaboración de las normas necesarias para lograr una información adecuada para los diferentes estratos poblacionales. (23)

El Plan Maestro incluía cambios en La Hora Nacional, se tratarían "temas históricos, científicos, culturales y de orientación sexual".

Por otra parte, y como resultado de los estudios que se realizaban, a fin de lograr la optimización de los mecanismos de información audiovisual para las tareas presidenciales, el 17 de junio de 1977 RTC absorbe la radio y televisión de la presidencia a través de sus direcciones de Planeación, Radio y Televisión y la de Información y Relaciones Públicas a cargo de los licenciados Fausto Vega, Luis Reyes de la Maza y Eduardo Macías, respectivamente.

La Dirección de Planeación se haría cargo de los análisis, programación y evaluación de resultados, La Dirección de Radio y Televisión cubriría las tareas de producción, transmisión y supervisión. Por su parte la Dirección de Información y Relaciones Públicas coordinaría los servicios administrativos. (89)

3.2.1 CREACION DE PRODUCTORA NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION (PRONARTE)

Objetivo: producción de programas de radio y televisión para las estaciones del país, del extranjero y, si lo solicitan, también se daba servicio al sector privado. Tendrá también a su responsabilidad la explotación del 12,5% que le corresponde al gobierno

Características: organismo público descentralizado, por decreto presidencial se crea el 5 de julio de 1977. Como presidente del Consejo quedaría al frente el secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles.

Estructura organizativa;

Dirección General, secretaría de Gobernación; un vicepresidente

dente, la directora de RTC; un vocal representante de cada una de las dependencias y secretarías de Educación, Comercio y Comunicaciones; un representante de la Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas de la Presidencia, otro de la DGRTyC y uno de Corporación Mexicana de Radio y Televisión (Canal 13).

Habría, asimismo, un director general, designado por el presidente de la república y un secretario del Consejo, a éste lo designaría el propio Consejo. Los órganos de gobierno serían el Consejo y la Dirección General. PRONARTE fungiría como órgano de consulta y asesoría del sector público o privado en materia técnica de producción de radio y televisión.

Como ya habíamos señalado, Luis de Llano quedaría como Director de PRONARTE, a su vez éste se apoyaría en Luis Cueto -otro de los acarreados del emporio televisivo- a quien le daría la Contraloría General.

La creación de PRONARTE fue plausible. Desde este organismo se pretendía aprovechar efectivamente el tiempo que le correspondía al gobierno de programación, racionalizar y, en conclusión, optimizar los recursos de la producción informativa oficial. Pero los resultados no siempre fueron tan halagüeños como los deseos, con posterioridad lo demostraremos.

Además de PRONARTE se crearon otros organismos que permitieran impulsar el desarrollo del proyecto de comunicación social, entre ellos encontramos a Televisión Rural de México, principal bastión de los medios de difusión gubernamentales y punta de lanza -creada el 29 de abril de 1972- con la cual se marca el inicio de la intervención estatal en la industria de la radiodifusión.

Con pocos aciertos en su haber, a 5 años de haberse creado, ahora se pretendía explotar debidamente TRM, para dar otra alternativa a la producción televisiva comercial. Aunque la misma televisión estatal comenzó a verse inundada por personal proveniente de Televisa, con todo y sus debidas consecuencias.

Pronto empezaron a aflorar algunos vicios y, entre ellos, el dispendio y la tendencia de la directora de RTC por hacer continuos y suntuosos viajes al exterior para establecer convenios de coproducción e intercambio de programas artísticos y culturales. Sólo en 1977 hizo viajes a España, Israel, Italia y Holanda.

Es claro que hubo aciertos en algunos intercambios y adquisiciones ("Yo Claudio", por ejemplo), sin embargo son limitados y no justificaron el gasto oneroso en transportación, estancia, alimentos etc., las comitivas siempre eran numerosas.

3.3 TRM, ES DECIR, TU PONES EL PROGRAMA Y YO PONGO EL NOMBRE

Hacia 1977, en los diversos medios informativos, sobre todo la prensa, se hacía alarde del alcance que -en 1977- había logrado Televisión Rural de México: "TRM, más que un canal es un sistema nervioso que cubre 2 millones de km²", "somos un excelente compañero de viaje. Viajamos por nuestra cuenta, pero podemos encontrarnos en cualquier sitio", "Participan en esta labor (de TRM) los principales canales del país (comerciales, por supuesto) pero en el futuro...", (¡a vamos a hacer). "Los canales más importantes de México contribuyen con sus MEJORES programas para que sea transmitida esta red". (90)

Es decir, tú pones el programa y yo pongo el nombre. Esa era

1a TRM de 1977.

De tal forma que, como es señalado por Francisco Ortiz Pincheti, en México no hay una televisión rural, lo que hay es una extensa red de 94 estaciones hoy dedicadas, en un 60% de su programación, a retransmitir con todo y anuncios comerciales emisiones de los canales de Televisa.

Mientras, agrega Pincheti, lo utilizado de los canales estatales 13 y 11, juntos, no representa siquiera el 25% de su programación.

En octubre de ese año Luis Reyes de la Maza, director de Radio y Televisión de RTC, en tono triunfalista daba a conocer las actividades realizadas por TRM. Hasta esta fecha, dijo, se habían realizado programas artísticos, educativos, científicos, deportivos y mensajes de interés social "con más de 80 mil (SIC) horas de transmisión en 700 estaciones de radio y 1500 horas en transmisiones de televisión". Señaló que los programas producidos por RTC son difundidos por la "red de 120 estaciones repetidoras de TRM, en zonas más distantes del país, donde la imagen de la televisión comercial no es recibida" e indicó que muchos mexicanos que viven en localidades de 10 mil habitantes "ya tienen la posibilidad de recibir una programación diseñada al más alto nivel técnico y estético". (91)

Es importante enfatizar que, en efecto, TRM transmitía pero con programas de la televisión mercantil e, inclusive, la condición era que también los mensajes comerciales deberían salir "al aire". De esa forma quedaba manifiesta la creatividad y el talento exigidos. Debe considerarse, por igual, que es muy cues-

tionable la afirmación de que TRM cubría "2 millones de km²", por varias razones:

a) gran cantidad de las poblaciones carecían de luz eléctrica. Es casual que 2 años después la Comisión Federal de Electricidad y TRM establezcan un convenio para hacer llegar luz eléctrica a las zonas más alejadas del país.

b) ¿cuánta gente de dichas zonas cuenta con televisión? El número es muy reducido. Si no se poseía luz menos iban a pensar en comprar un televisor, y

c) a una gran cantidad de estas regiones sólo se llegaba con videocasetera. El número de receptores que se puede explotar se reduce considerablemente, por las mismas características de este medio de difusión.

Ahora bien, sobre lo dicho por Reyes de la Maza en apariencia las cifras que dan son estratosféricas y "reflejan" la "gran producción" de RTC, pero si lo vemos desde otro ángulo caeremos en la realidad. En 10 meses se transmitieron 80 mil horas (sic); divididas entre 700 estaciones de radio y 1500 horas en transmisiones de televisión.

Televisa producía, anualmente, en 1977, 20 mil horas. TRM 80 mil, o sea más del 300%. Falso de toda falsedad.

Vayamos a los cálculos. En promedio cada estación de radio transmite, conservadoramente, 12 horas diarias, las cuales multiplicadas por 700 estaciones nos da un total de 8400 horas diarias; multiplicadas por 10 meses nos da un total de 2 millones 520 mil horas. Si con esto hacemos una regla de tres para sacar el porcentaje de las "80 mil" horas transmitidas por RTC tenemos que nos da un total de 3,1%. Y esta cifra es considerando que un mismo men-

saje se transmite por 700 canales diferentes, siendo que cada canal tiene "su propia" programación. Por lo tanto, entonces resulta absurdo e irrisorio el manipuleo de las cifras cuando en realidad la producción fue demasiado pobre, si no es que casi nula.

Se hacía ostentación del gran esfuerzo de PRONARTE, sin embargo para los concesionarios esto no valía, de tal forma que aún no terminaba 1977 (29-XII-77) cuando se dan las primeras pugnas porque la televisión privada no transmitía los mensajes de PRONARTE debido, argumentaban, a la "baja calidad" de los programas y porque eran "del todo detestados, aburridos y no gustan al público". (92) ¿Y la ley de radio y televisión?, en el archivo.

No obstante, las relaciones entre los dueños de los medios de difusión y el gobierno eran más que satisfactorias. Clemente Serna Alvear, presidente de la CNIRT, en la Semana de la Radiodifusión expresaba a los asistentes que "el llamado a la concordia, a la cordura y a la fe en el destino de nuestra nación restableció en nosotros los mexicanos la confianza, el ánimo y el deseo de luchar unidos por México".

Serna Alvear hizo hincapié en que los radiodifusores nacionales trabajaban en colaboración con el gobierno, para lograr un mayor desarrollo del país... ¡Mejor no podían estar!

De tal forma que no teniendo la posibilidad de que los medios de difusión comerciales transmitieran los mensajes gubernamentales, las diversas instituciones se ven en la necesidad de gastar sumas estratosféricas en información, publicidad, propaganda y otros aspectos llegando a invertir -por ejemplo en 1977- "5 mil millones de pesos". (93) Esto además que Televisa siempre ha regateado el tiempo de transmisión que, de acuerdo a la LOPPE, le corresponde a los partidos políticos y cambiando horarios de emisión de dichos pro-

ramas a horas donde hay menor audiencia(como sucedió en 1982, cuando trasladaron las emisiones de las 19:00 a las 14:00 horas, por "problemas técnicos"), no dejándoles ningún viso de solución a los partidos políticos porque la misma ley no puede obligar a los concesionarios a transmitir en horas cuando el rating es más elevado.

Del balance del primer año de gestión de Margarita López Portillo se obtiene que las primeras medidas resultaron erráticas y contradictorias pues se pretendió hacer una producción no comercial y de beneficio social dentro de los marcos de la televisión privada. Recuérdese que los puestos de dirección fueron ocupados por exempleados de Televisa.

Si bien RTC da a conocer que realizó programas culturales en diferentes idiomas y exportados a Centroamérica, El Caribe, América del Sur y Canadá, no plantea a cuánto asciende el total de horas producidas, dejando una impresión vaga de "la calidad lograda con esta producción queda patente en series como 'Los días de México' y 'En un día como hoy' ". Inclusive en marzo de 1979 se muestran contradicciones, pues de la gran cantidad de programas producidos, según Luis Reyes de la Maza, "aunque al Estado le corresponde 12.5% del tiempo, actualmente sólo utiliza el 7.5 y 8% por falta de capacidad para producir..." Con todo y eso México se podía dar el lujo de exportar "programación a 30 países por medio de 5 frecuencias de radio, por lo que cubren una cobertura del 70% del mundo"(sic). (94)

Considérese que, desde luego, TRM "transporta una 'selección' de programas de los 6 canales capitalinos, 60% de la cobertura nacional la cubren los canales 2 y 13. Buena parte del resto lo cubre TRM a través de las estaciones de microondas y 29 de videocassetes..." (95)

Aunque es difícil comprobarlo si es muy discutible que TRM haya alcanzado a llenar los requerimientos del espacio a donde no llegaba la televisión mercantil y el canal oficial, sobre todo si consideramos la "real efectividad" del uso de las videocassetas con todo y sus 6 mil emisarios que viajan "por el país", aunque RTC se planteaba, demagógicamente, "el imprescindible efecto de la retroalimentación".

3.4 EXPANSION DE LA RADIODIFUSION GUBERNAMENTAL

Si bien debe hacerse un reconocimiento a algunos aciertos logrados por RTC -como fue la elaboración de programas dirigidos a los campesinos, el uso de la televisión para impulsar campañas de diversas secretarías de Estado y en el desarrollo de la educación etc.,- las cifras en el mayor número de casos son infladas con exageración. Tenemos, por citar otro ejemplo, la propaganda que hacía insertar RTC en los diversos órganos periodísticos donde se afirmaba que RTC "participa con 10 horas diarias de programación en las actividades del campo..." Si a TRM le descontamos los programas aportados por los canales comerciales veremos la reducción obvia de la producción netamente gubernamental.

1978 fue un año de bonanza para los dueños de los medios de difusión mercantiles. En éste radio y televisión tuvieron una acelera-

da expansión, sobre todo en las ciudades con mayor población. De tal forma que "...para el 31 de julio de 1978, existían en México 793 estaciones comerciales, y sólo 36 de las llamadas CULTURALES..."(96)

Aunque 1978 también significó un "avance" para los medios oficiales, pues en este año 3 estaciones radiofónicas del grupo Radio Fórmula pasan a manos del gobierno porque los concesionarios no quisieron renovar el contrato.

Sin embargo, Luis Reyes de la Maza, director de Radio de RTC, exfuncionario de Televisa, se adelanta a aclarar que "en ningún momento se piensa tomar en manos del Estado la radiodifusión... Por lo menos en este sexenio... la libre empresa seguirá funcionando en el país..." insistió en la comercialización de las emisoras por ser "la única manera de vivir..." Este dice una cosa y Margarita López Portillo otra.

Pero así como el gobierno participaba con 3 estaciones radiales más también la situación de los cuadros directivos de los medios de difusión estatales era imprecisa y ambigua, a tal grado que la propia directora de RTC tiene que reconocer esta situación. A 2 años de haber asumido su cargo reconoce que "estamos tratando de ordenar el desorden" pues no sabíamos dónde teníamos los pies; ahora lo sabemos y estamos tomando medidas serias. Un mes después reconocía lo que a todas luces era visible: "el Estado no ha podido instrumentar políticas permanentes de comunicación, que le den la solidez que deseamos. Este es mi reto y lo afronto con decisión". Ya más al fondo de los hechos y como en pocas ocasiones da una explicación más o menos objetiva del sector de televisión.

Para ella "el manejo de los medios por parte del Estado no se ha considerado globalmente, puesto que hasta ahora han funcionado como canales aislados, y por ello no han cumplido eficientemente con el servicio que se les ha asignado. (¿cuál?)

"Esta dispersión, agregó, trae como consecuencia ineficiencias e incongruencias como la inexistencia de una continuidad y de tonos de los canales oficiales y consiguientemente se ha logrado una audiencia mezquina e intermitente, es por lo que respecta a radio y televisión.

"En general, finalizó, la falla principal radica en el desaprovechamiento de los recursos, tanto privados como públicos para instrumentar la comunicación con sentido social y entiendo por esto último el beneficio formativo e informativo que le pueda sobrevenir a la población con estos instrumentos. Se practican auditorías en todas las áreas de comunicación en que tiene interés el Estado. De ellas resultará la responsabilidad de quienes han manejado las empresas estatales". (97)

Como podemos observar, el discurso de Margarita López Portillo es totalmente opuesto al de Reyes de la Maza, mientras para la primera lo importante es impulsar la comunicación con sentido social, para el segundo lo esencial es la comercialización de los medios de difusión.

Así como en su momento analizábamos las contradicciones en los hechos y en las declaraciones cuando se dio la polémica sobre la viabilidad o no de legislar sobre el derecho a la información, esa misma contradicción se trasladó al campo de la dirección de los medios de difusión, todo ello por la carencia de una política de comunicación social. Se navegó, siempre, en la imprecisión, ambigüedades y contradicciones.

Dicha situación, desde luego, se vio reflejada en la programación televisiva de RTC. Del informe de actividades de este organismo, dado a conocer el 28 de septiembre de 1978 a la prensa, se obtienen los siguientes datos:

40% de programación de entretenimiento, 35% cultural y 25% informativa.

La programación, se explicaba en el boletín de prensa, ha sido estructurada, revisada y refinada para cubrir los huecos y carencias más evidentes en la televisión comercial: información cívica (programa "Expresión") y científica ("Ciencia y Desarrollo"), Otras series complementan su contenido informativo con aventuras ("Nuestro Amigo el Mar") o espectáculos de aceptación popular ("Filmografías).

La alta cultura, según RTC, es llevada con éxito al gran público: "Poesía Viva", "Leyendas de México", "Cartas Para Recordar", "Teatro Breve", "Trova Latinoamericana" y otros. Además, "La Voz de México" a través de Radio México (onda corta), difusión en el país y el extranjero de transmisión semanal de 38 horas con 5 minutos.

Se informaba también que RTC integraba 3 estaciones más de radio, sobre éstas ya hablamos en párrafos anteriores,

Por otra parte era señalado que Televisión Rural de México hacía llegar mensajes al país por medio de 155 repetidoras con producción proveniente de PRONARTE. Por último se explicaba que dentro de la producción se tenía "TRM Informa", conjunto de 100 cápsulas para la provincia que se repetían hasta 4 ó 5 veces diarias con cobertura nacional.

Hay un problema de fondo, la programación oficial estaba hecha para "cubrir los huecos y carencias de la televisión comercial". No es posible partir de lo que hace el otro para hacer lo mio. Es decir, la programación de RTC estaba fundamentada en lo que hacía Televisa y no en lo que debía ser su propio proyecto, de ahí a los saltos constantes en la programación, a la proyección de programas desarticulados uno del otro y sin ningún lineamiento claro, de tal forma que se pasaba de los programas formativos, de opinión, a los de carácter científico, aterrizando en los de entretenimiento para llegar finalmente a la "alta cultura llevada con éxito al gran público".

A mi juicio por ello es que el Estado no pudo instrumentar una política certera y de "beneficio social", quedando en el suelo la "otra alternativa" que se pretendió con canal 13.

No obstante, de otro lado era loable la política de campañas que se impulsaron en colaboración con SSA, SARH, Turismo, Asentamientos Humanos, Instituto del Consumidor, FONAPAS etc., quienes realizaron, entre otras cosas, campañas de vacunación infantil, el Código del Ciudadano, Ahorro del Agua, Preservación de la Fauna, Métodos para combatir Plagas y demás.

Ahora bien, veamos algunos datos. En el campo de la producción de RTC se tienen los siguientes datos:

En 1978 se "produjeron" 147,480 horas para radio y 1877 (sic) para televisión; en 1977 fue de 80 mil y 11,500, respectivamente. Durante el primer trimestre de 1979 el Estado empleó 26,029 horas en radio y 472 (sic) en televisión, tiempo que representa el 29% del total disponible en radio y 68.5% en televisión.

Primero. Estos datos reflejan una diferencia abismal entre la producción de radio y la de televisión.

Segundo. Se habla de que se "produjeron" 147.480 horas para radio, sin embargo el mismo Reyes de la Maza afirmaba que se utilizaba entre el 7.5 y 8% del 12.5% que podía explotarse. Ahora bien, si nos atenemos a que en México había -en 1978- 793 estaciones comerciales las cuales en promedio transmitían 18 horas diarias, esto nos da una suma diaria de 14,274 horas diarias de programación, de tal suerte que la producción de RTC en 1978 es proporcional a 10.3 días anuales en relación con las horas elaboradas por las estaciones comerciales en todo el país. Luego entonces, ¿cómo es posible que si nada más se explota del 7.5 al 8% (del correspondiente 12.5%) se plantee que se "produjeron" 147,480 horas, cosa que es completamente falsa pues el "verbo" que le correspondería es "transmitir" y no "producir", como podemos darnos cuenta, el mal empleo de una palabra llevó a tergiversar completamente la realidad.

De otro lado tenemos, también, que según las cifras de PRONARTE, dadas a conocer por su director Luis de Llano en 1978 "el total de horas proporcionadas a RTC para cubrir transmisiones fue de 25 horas y 45 minutos a la semana (?), lo que equivale a 102 horas 20 minutos mensuales y 1228 horas al año y a esto hay que añadir los servicios prestados a las dependencias oficiales, programas especiales y campañas. (98)

Siendo PRONARTE la única institución oficial que se dedicaba a -como su nombre lo decía- producción de radio y televisión, ¿dónde quedaban las 147,480 horas producidas en 1978? ¿Sólo un mal manejo de conceptos? ¿Se confunde producir con transmitir?

3.5 PROGRAMA 1979-1982 DE TELEVISION RURAL DE MEXICO
A TELEVISION DE LA REPUBLICA MEXICANA

De los saltos y contradicciones en que se caía constantemente y a 3 años de iniciado el periodo lópezportillista, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía se propone la elaboración de su "Proyecto de TRM 1979-1982", presentado el 19 de junio de 1979 al presidente José López Portillo, quien 21 días después oficialmente lo pone en marcha.

Cuatro serían los objetivos del llamado plan 79-82:

a) educación popular; b) capacitación para la producción y comercialización; c) orientación sobre salud y demografía y d) información y entretenimiento. (99)

Antes de continuar veamos cuál era la situación de TRM. Por principio de cuentas tenemos que TRM, aún cuando era una institución gubernamental, desde 1977 integra en su Consejo de Programación a un representante de Televisa, lo cual es un indicador de por qué la orientación del contenido de la televisión oficial. En ese mismo año la dirección de TRM estuvo a cargo de Arturo Shoening, con toda su experiencia fincada en Televisa. Esto, con todo lo anterior, explica por qué el gobierno no pudo instrumentar una política televisiva fuera de los marcos del comercio comercial.

De un estudio realizado por Francisco Ortiz Pinchetti, reportero de la revista Proceso se dependen algunos datos que comprueban lo dicho con antelación: de una muestra de una semana (60 horas) tomado de la programación de TRM se obtiene que el 58,3% corresponde a los programas de Televisa. La producción de RTC absorbió 10 horas (16,6% canal 11, 8,5 horas (14,1%); canal 13, 6,5 horas (10,8%). (100)

Además, de un total de 44 programas de Televisa transmitidos por TRM, 33 son extranjeros. De tal suerte, dice Ortiz Pinchetti, que la televisión del Estado llevó a los habitantes de apartadas rancherías para su "formación, educación y sano esparcimiento" programas como "Skippy el canguro", "Emergencia", "Los nuevos vengadores", "El retorno del Santo" y otros; o sea, pura cultura!

Los mismos funcionarios reconocen la incoherencia. Frank Fayad Zellek, gerente de Comercialización y Ventas de canal 13, reconoce que "TRM no cumple con ninguno de los objetivos para los que fue creada".

No obstante, concluye Francisco Ortiz Pinchetti, lo más grave es que esta situación delata la ausencia de una política definida por parte del Estado en materia de comunicación masiva.

Esa era la situación de TRM en 1979 y por ello se planteaban los cambios, aunque los resultados no fueran tan satisfactorios como se esperaban. Regresemos a lo que se pretendía con el proyecto oficial.

Siendo uno de los programas prioritarios de la nación (MLP), el proyecto contemplaba la instalación "estratégica" de 8 transmisores de alta potencia, antes del 1° de septiembre de 1980 (es decir, un año después de anunciado el programa). Para la directora de RTC "los planes ya están en marcha", pues "a partir del 12 de octubre (1979) TRM entregará a todo el pueblo de México una televisión de contenido útil y sin mensajes comerciales. Porque el educar y capacitar por medios audiovisuales no es para México un snobismo técnico sino una alternativa..." a fin de superar lo que puede ser una simple transmisora...

Se contemplaba llevar a cabo la reestructuración de TRM en un proyecto interinstitucional para contar con la participación de las diferentes secretarías de Estado y llevar a cabo el diseño de los contenidos de sus emisiones. Igualmente, se decidió descentralizar la producción y realizar en cada localidad los programas de acuerdo con un público y los requerimientos de cada lugar.

Por otro lado, el proyecto contemplaba, también, una etapa de evaluación de los programas de TRM, para "determinar si cada barra de la programación se adecúa al receptor... detectar fallas de transmisión... y controlar la marcha y evolución de la política de contenido..." (101)

La cosa iba en serio, en el programa se incluía la investigación "de los caminos posibles para el desarrollo de una televisión educativa popular"; hasta era señalado que estaban próximas a finalizarse las investigaciones: TRM como televisión de Estado; Estudio sobre el receptor infantil de televisión y Estudios sobre el proceso de regionalización de TRM.

Por lo que toca a la infraestructura, TRM contaba con "el mayor número de estaciones transmisoras en el país, pero (su) reducida potencia impide tener una llegada amplia... con una cobertura del 10% de la población, principalmente en zonas rurales..."

Para 1982 TRM pretendía llegar al "80% del territorio nacional", haciendo a un lado la información comercial y priorizar los programas de contenido social y popular. Para ello se tomó (sic) contacto con las instituciones vinculadas con la salud, educación, nutrición, bienestar social y productividad...

Por tanto, si "la otra" televisión les había cambiado su modo de vestir, de hablar, de divertirse, también podía (ahora TRM) enseñar-

les a escribir, a hervir el agua (?), a planificar su familia, a producir más y mejor. Se trata de dar una educación popular (102)

Hasta aquí el bosquejo de lo que se pretendía con el "proyecto 79-82". Resulta necesario hacer un balance de lo realizado y lo que se dejó de hacer.

Por principio de cuentas señalaremos que si bien hubo aciertos en algunos aspectos, en otros los resultados fueron frustrados. Nada menos porque el meollo del problema siguió existiendo en virtud de que la comercialización no se hizo a un lado, fue una constante a lo largo de todo el sexenio, a pesar de las críticas y repetidas referencias a buscar "la otra alternativa".

Entre los aciertos tenemos la descentralización para que cada gobierno estatal elaborara su propio material, aunque lo acompañaba su inconveniente: pocos gobernadores se interesaban por impulsar y, sobre todo, apoyar económicamente el desarrollo de producción de material televisivo, además que la responsabilidad se diluía. Los convenios de esta naturaleza con los estados del interior de la república fueron pocos y todavía más pocos fueron quienes en realidad hicieron algo.

De esto podemos dar constancia con el acuerdo que el secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana, estableció con 12 estados el 4 de febrero de 1980 en Veracruz; con éste se proponía "programar y planear acciones que hagan posible la captación de las transmisiones de TRM..."

El secretario de Gobernación se adelantó a señalar que se trata de conjugar, no entrar en competencia frente a las estaciones privadas, en materia de comunicación social,

Los planes anunciados, diría Margarita López Portillo en esa misma fecha, se encuentran en preparación y estarán a disposición de los gobernadores de los estados para ser CONSIDERADOS dentro de los planes de trabajo.

Por ende, no se obligaba, sólo se ponía a "su consideración" por si les llegasen a interesar.

En la presente investigación sólo se pudieron corroborar los diferentes acuerdos, pero nunca es señalado qué material elaboraron los suscriptores, salvo los programas hechos ya fuera por TRM o PRONARTE, en colaboración con otras instituciones, pero no se prueba qué se hizo al interior del país.

Además, TRM se enfrentaba al problema de siempre: ¿cómo llegar a las poblaciones donde no hay luz eléctrica? En el proyecto se reconoce el caso de Campeche, donde había "9807 receptores en total. La población rural beneficiada es muy pequeña, desproporcionada a los esfuerzos de una red como la de TRM", y hasta la fecha no creo que el conflicto hayasido resuelto.

Sin embargo, el principal escollo que siempre ha existido es cómo llegar a un auditorio acostumbrado a consumir mensajes de acuerdo a los marcos diseñados por Televisa y la radiodifusión comercial. Creo que aquí es donde se encuentra el verdadero problema. Antes de "enseñar" a hervir el agua se debe empezar por modificar formas de conducta, mensajes, etcétera, lo cual ya de por sí resulta una labor titánica.

Todo lo anterior dio como resultado que la producción televisiva oficial en México tuviera diferencias muy notables comparada con la realizada 10 años atrás, motivo que propició además el cambio de nombre.

El impulso del "Proyecto TRM 1979-1982" llegó a la conclusión de que la antes Televisión Rural de México ahora cambiaba el nombre por el de Televisión de la República Mexicana; las circunstancias habían cambiado y "por la razón de que en nuestro país la población-audencia de esta televisión no vive exclusivamente en el campo".(103) El resultado fue que Televisión Rural de México ahora sería Televisión de la República Mexicana.

Junto con los lineamientos del "Proyecto... 79-82" RTC firmó convenios con la Comisión Federal de Electricidad, en él se establecía que ésta se encargaría de electrificar aquellas zonas donde se careciera de este servicio (104)

Los primeros frutos de Televisión de la República Mexicana se vieron materializados ya en la primera quincena de abril de 1980. Entre los programas que se elaboraron y fueron transmitidos destacan "Caminito"; "Al salir el sol"(producido por CONASUPO); "Programas Médicos" en colaboración con la SSA; "Música de México"; "Rehilete", con la SEP; "Espacios libres", con el CREA; "Nuestro cine"; "Juan sin miedo". "La semilla de la vida", en colaboración con el Instituto de Nutrición; "Oficios", con la secretaría del Trabajo; "Telecapacitación rural" elaborado junto con Reforma Agraria, SARH, CONASUPO y BANRURAL. (105)

Dicha programación fue elaborada, según Margarita López Portillo, directora de RTC, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Federal para ver las operaciones con cada área y su interrelación entre ellas...

Entre julio y agosto se abre, primero, la posibilidad de crear un noticiero latinoamericano para transmitir en esta región y a residentes latinos en E.U., por medio de los canales 47 de Nueva York

y 52 de Los Angeles. En segunda instancia se inaugura la red de Alta Potencia de RTC para cubrir 13 estados, de acuerdo a la información que se dio en la 4ª Reunión de Evaluación de los coordinadores de TRM, presidida por Luis Cueto García, director de ésta.

En agosto y octubre salen al aire diversas series producidas por PRONARTE: "Diversión a su alcance", "El jazz, los jazzistas y usted", "Mesa de redacción"; para niños se producen "Cuentos y poemas para ti", "El viento" y "Las abejas" (poemas) y otros temas de interés general. Igualmente TRM lanza al aire, en octubre, programas para orientar y capacitar a los campesinos con la serie "Telecapacitación agropecuaria", en la cual intervinieron SARH, SRA, CONASUPO, BANRURAL y RTC.

Al paso de un año los resultados son pobres como podemos darnos cuenta.

En junio de 1980 se reúne el secretario de Gobernación con el cuerpo directivo de TRM para evaluar los avances y a lo más que llegaran es a la retórica oficial de hablar mucho pero no decir nada. Se refieren a "los proyectos para septiembre de 1980", pero no se dice qué cantidad de tiempo fue utilizado en el año transcurrido. La directora de RTC se limitó a señalar que "si no exist un impulso permanente" de los gobiernos estatales TRM no podrá ver cristalizado su trabajo.

Constantino Pérez Vega, subdirector técnico de RTC, sólo anunció que para septiembre de 1980 se integrará una red que cubrirá 14 estados del país, con 40% de la población total, al ponerse en marcha las 86 retransmisoras que se conectarán con el satélite norteamericano... (106)

Pocos son los datos oficiales que nos muestran el desarrollo que ha tenido TRM a lo largo de 10 años. Entre ellos tenemos que en 1972 "la red de 80 estaciones de BAJA POTENCIA (subrayado nuestro) de TRM cubría aproximadamente unas 600 comunidades en todo el país, poco menos del 10% de la población total".

En 1980 la expansión consiste en la "instalación de 8 estaciones transmisoras de ALTA POTENCIA... entre julio y octubre de ese año aumenta del 10% de la población a más del 45% y las comunidades beneficiadas (con el servicio) aumentan de 600 a 12 mil... A fines de 1980 se inicia la segunda ampliación de la red... incluye la instalación de 8 estaciones transmisoras conjuntamente con la SAHOP... seis de ellas INICIARON (¿después de 2 años?) paulatinamente sus funciones durante 1982..." Esto da como resultado, según el documento de RTC, que en 1982 la cobertura de TRM llega al 72% de la población del país y se convierte en la segunda red de televisión MAS. IMPORTANTE de México. (107) En otras palabras, a TRM sólo le faltaría un "poquito" para estar a la par con Televisa.

Es la misma visión del vaso medio lleno o medio vacío, todo dependería de cómo se le viera. Empero, y como lo hemos abordado en otro momento, es el balance de las "cuentas alegres" donde los datos, vistos desde la óptica oficial, "muestran" el avance de la penetración de los medios de difusión gubernamentales, pero que no soportan la más elemental cotejación con la realidad.

¿Es verdadero el 2° lugar de TRM? ¿Su nivel de penetración corresponde a lo vertido por los funcionarios? ¿Cuánta gente ve los canales 13 y 11, no digamos el canal 22? De acuerdo a una investigación canal 22 cubría, en 1982, a "514 personas", reduciéndose a un canal de circuito cerrado. (108)

3.6 CONVENIO SCT-TELEVISA, ES DECIR, LA CARNE PARA LOS
CONCESIONARIOS Y LOS HUESOS PARA LOS CANALES OFICIALES

Antes de concluir con el análisis de las actividades realizadas por RTC, es necesario retomar un acontecimiento de gran importancia tanto para la televisión privada como para el sector de medios de difusión oficiales. Este hecho fue el convenio suscrito entre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y Televisa, por medio del cual se le concesionan a ésta 46 estaciones terrenas. Por consecuencia, dicha medida significaba, en los hechos, la pérdida del terreno de acción de la televisión estatal pues todo el apoyo lo recibe la privada.

Luego entonces, 1980 es, a nuestro juicio, un año de gran trascendencia por los diversos acontecimientos que se dieron dentro del área de la información y las implicaciones que éstas tendrían a largo plazo. Entre ellas tenemos la inauguración de la estación terrena de telecomunicaciones vía satélite "Tulancingo II", la cual operaría en forma simultánea y a nivel nacional 520 canales telefónicos y 4 para envío y recepción de televisión entre México, América, Europa y África.

De otro lado vemos que en 1980 se proponen reformas a la Ley de Radio y Televisión, entre otras se encuentran la "prohibición de transmisiones con gran cantidad de publicidad o mensajes sobre bebidas embriagantes...", de las reformas se prevé que los concesionarios cumplan con las disposiciones legales o, en caso contrario, suspender las concesiones (agosto-octubre de 1980). De tal forma que para octubre del mismo año se aprueban las modificaciones a la legislación. Televisa responde y se "adelanta" con la reducción de anuncios sobre bebidas alcohólicas "en beneficio de su auditorio" (17-XII-1980).

Empero, el suceso de mayor trascendencia estriba en 2 convenios suscritos entre SCT y Televisa, "en comunidad de propósitos y esfuerzos" En el primer acuerdo Televisa instalaría 46 estaciones terrenas como ya señalamos con antelación. Esto implicó el gasto de 200 millones de pesos financiados por Televisa. Comunicaciones y Transportes instalaría por su parte 34 estaciones terrenas en el primer semestre de 1980, con un costo aproximado de 30 millones.

En el segundo convenio SCT otorga permiso a Cablevisión para transmitir programación por aire (sin anuncios comerciales), inicialmente en el D.F. (109)

Con estos tratados se obtenía una "meta común, la cobertura por televisión de todo el territorio nacional".

Inmediatamente Televisa pudo "hacer uso" del público cautivo -15 millones de mexicanos- utilizando el canal 2 que empezaría en 17 estados.

Según palabras del secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Mújica Montoya, por indicación clara y precisa del presidente López Portillo, cuya meta es cubrir antes de finalizar su mandato todo el territorio nacional con señales de televisión, se procedió a la firma de los citados convenios con una empresa QUE HA MANIFESTADO ESTAR DISPUESTA A DAR AMPLIA COOPERACION A ESTE OBJETIVO GUBERNAMENTAL". Agrega: "...los concesionarios, obviamente, tienen interés en extender sus servicios, pero no se concretan solamente a hacer peticiones o solicitudes, sino que ofrecen (¿gratis?) su pleno apoyo para cooperar en el desarrollo de esta infraestructura que seguirá siendo manejada por la secretaria de Comunicaciones".

En ningún momento el convenio hace referencia a la participación de TRM o de los canales 11 y 13, con esto se demuestra que el gobierno siempre relegó, por cuenta propia, sus propios medios para dar la prioridad a la televisión comercial.

Apenas se habfa acabado de firmar el acuerdo cuando el monopolio televisivo ya lo habfa violado: el trato era que Cablevisión utilizarfa tiempo de transmisión pero sin mensajes comerciales, no se respetó dicha disposición. Miguel Alemán Valdez, vicepresidente de Televisa, habfa señalado que no le fallarfa al gobierno ni al público, pero en las primeras falló.

A esta empresa se le ponfa todo en bandeja de plata. Ahora su cobertura se extendfa a todo el país y esto implicaba, necesariamente, la expansión de su poder e influencia y, por tal motivo, las reacciones en contra del convenio fueron múltiples y variadas.

¿Dónde quedaba la inquietud de ejercer un mayor control de la información? Los hechos contradecfan, por nueva cuenta, a las palabras. Con la firma de estos pactos el gobierno se dejó arrebatar de las manos sin pleito ni discusión el control de la información por sus propios adversarios.

De las inconformidades más airadas se destacan la del PPS, organización que pidió la comparecencia del secretario de Comunicaciones, pues "el Estado ha dado un paso atrás muy grave y peligroso" al permitir que Televisa opere 46 estaciones terrenas para enlace con satélite. (110)

¿Cómo podrfi llegar a buen término el derecho a la información si los tiros que el gobierno disparaba iban dirigidos hacia él mismo?

De tal suerte que para 1980 92 canales, cerca del 72% del total, ya transmitfan o repetfan programas de Televisa-Telesistema Mexicano (Federico Campbell, ponencia en el foro de consulta popular Suplemento de Uno más Uno 13-V-85 p. VI)

De acuerdo a los concesionarios su auditorio ascendfa a 28117475

televidentes y 44,741,196 radioescuchas, equivalente al 75% de la población nacional.

Vamos, pues, la explotación de la industria de las ondas electromagnéticas, un servicio que por ley debía explotarlo el Estado, se ponía a disposición de uno de los mayores consorcios del mundo. De tal forma que el control de los difusores privados, la reglamentación del derecho a la información y la expansión de los medios de difusión estatales quedaban relegados y con ello se desvanecían los propósitos de LópezPortillo de impulsar su Plan Nacional de Comunicación Social.

Las prácticas que llevaba a cabo el gobierno contradecían rotundamente las constantes afirmaciones sobre el impulso del derecho a la información, las críticas exacerbadas en contra del mercantilismo de la televisión privada y demás arengas que con el correr de los años se desgastaron y volvieron lugares comunes.

Lo anterior quedó más que transparente con los acontecimientos de 1981. En enero de ese año se da a conocer que Televisa cubriría la Reunión de la República en Hermosillo, Sonora. Un evento oficial se difundiría por la televisión privada, haciéndose a un lado a los medios de difusión estatales. En febrero de 1981 el gobierno le pagó al consorcio \$146,471,000 por uso de tiempo de pantalla. ¿Por qué no usó todo el 12.5% de tiempo de programación a que tiene derecho? De los 6 canales contratados por la SCT del satélite Intelsat IV-A F-3, DOS fueron para Televisa; a la SEP, TRM, canales 13 y 11 se les adjudicó UNO por cabeza. ¡Qué tal! Dos por uno. En esas condiciones se daban las relaciones entre el monopolio informativo, el gobierno y los órganos de difusión estatales.

Por lo anterior se puede afirmar que en el sexenio lópezportillista más que lesionar a los concesionarios se les benefició como pocas veces.

Volviendo al estudio del papel desempeñado por TRM de 1976 a 1980 tenemos que una de las primeras consecuencias del convenio SCT-Televisa sería, justamente, el desplazamiento de la televisión oficial. Sin embargo es importante destacar que en el sexenio de López Portillo fue cuando más se hizo un mayor uso de radio y televisión.

En este periodo TRM creció más que en toda su existencia, para este año ya tenía 36 repetidoras y 23 estaciones que funcionaban con videocassetas. La señal cubría todo el territorio nacional, un área equivalente a la de Televisa con sus cuatro canales. (111)

De acuerdo a los datos que nos da el "Proyecto... 79-82", la llamada segunda etapa de expansión anunciada para julio de 1980 no es inaugurada sino hasta la mitad de 1981. Empero, con todo y esto TRM usó con más frecuencia el 12,5% del tiempo, lo cual se materializó en el incremento del 46% en la difusión de la telesecundaria; se firmaron acuerdos con 8 gobernadores (Baja California Sur, Chihuahua, Colima, Veracruz, Sonora, Jalisco, Yucatán y Quintana Roo) el D.F. y BANRURAL. Con este último se acordó colaborar para ofrecer capacitación agropecuaria a los campesinos. (112) De la misma forma, produjo y transmitió emisiones de orientación sexual y, a decir de Florence Toussaint, ensayó con Tropidanza, un estilo que combina lo ameno con lo formativo.

Ahora bien, de acuerdo a lo producido hasta 1981 Margarita López Portillo da los siguientes datos:

150 horas en programas de capacitación hechos por TRM, junto con la secretaría de la Reforma Agraria, Comercio y Salubridad y BANRURAL. De 1980 a 1981 se tenía la transmisión del noticiero agrícola, 10 meses de campañas contra el uso del alcohol, a través de 2 millones (sic) de mensajes cortos. (113)

Por su parte Roger Díaz de Cossio informa que con el uso de los canales 11, 13 y 8 se difundían de 100 a 115 (sic) horas a la semana de

programas culturales, lo cual representa que el gobierno "hace 2.5 veces más televisión cultural que los concesionarios". En 15 meses se transmitieron por RTC 12 millones de mensajes apoyando "a la salud para contribuir a la educación, la capacitación, seguridad y alimentación". En junio de 1981 Tlaxcala se une al convenio que expande la red de TRM. Ya para finalizar señalaremos que TRM también llevó a cabo 2 convenios más en 1981: el primero entre SECOM, PROMARTE y RTC, con el cual se daba origen al programa: "Difusión de precios reales del mercado al mayoreo". El segundo establecía la elaboración de programas de "Planificación familiar", a difundirse en Puebla. En estas actividades participaban Salubridad y Asistencia, el Consejo Nacional de la Población y RTC.

En esencia estos fueron algunos de los resultados que se pueden ver del uso de la industria electromagnética por el gobierno.

De los escasos logros que se tienen está el del otorgamiento de la medalla de oro que otorga la FAO a RTC, como un reconocimiento al programa "La semilla de la vida", coproducción del Instituto Nacional de Nutrición y TRM. Dicho programa tenía como objetivo central el mejorar, por medio de los mensajes, la dieta de la población mexicana.

Ahora bien, a un año de finalizar el sexenio, la dirección general de Telecomunicaciones por medio de su director, Clemente Pérez Correa, daba a conocer que en 1981 funcionaban 36 estaciones terrenas diseminadas en la república mexicana, lo cual ubicaba a México entre los "5 mejores comunicados por vía satélite a nivel mundial y primero en América Latina".

Para enero de 1982 se tenía prevista la instalación de "38 estaciones terrenas más cuatro para fines (del sexenio) se habría alcanzado la cifra de 173", (114)

La cuestión central quedaba en el aire: ¿a quién beneficiaba la amplia cobertura de TRM, a Televisa o a la teledifusión gubernamental?

Entre las últimas acciones que se llevaron a cabo dentro de este terreno tenemos la producción del noticiero radiofónico: "RTC presenta, Notímex informa", dirigido al interior del país y 18 estaciones culturales de Radio Educación, con transmisiones a 140 países por medio de Radio México y sus repetidoras de onda corta y por estaciones comerciales a gran parte de Centroamérica y el sur de Canadá", (115)

De los resultados RTC en agosto de 1982 afirma que a lo largo de todo el sexenio se dedicaron 90 mil horas al sector obrero (116) ¿cuales? ¡quién sabe! De los pocos que se recuerdan tenemos las campañas sobre el reparto de utilidades y la del aprovechamiento del salario y del aguinaldo.

En el sector radio los datos alcanzan cifras estratosféricas: José Luis Gutiérrez Anaya, director de Radio, informa que la radio oficial aprovechó en un "640%" el tiempo del Estado para cumplir con los objetivos de la comunicación social. El uso se hizo de la siguiente forma: se monitorearon 67,484 horas-hombre; se formularon 1509 oficios de extrañamiento por infracciones a la ley de radio y televisión; se implementó la difusión de 4238 campañas y 648 programas de diversas dependencias; el tiempo total utilizado fue de 1,648,599 horas con un costo de 15,500 millones de pesos. (117)

3.7 LA EDUCACION Y EL USO DE LOS MEDIOS DE DIFUSION

A lo largo de esta investigación hemos abordado diversos campos que abarcaron la llamada política de comunicación social de López Portillo; empero, ha faltado uno de suma importancia y que se refiere al uso que el Estado hizo de los medios de difusión para enfrentar uno de los problemas fundamentales de México; satisfacer la demanda educativa.

Las primeras medidas concretas del presidente en esta área se venían hasta 18 meses después de iniciado su mandato. En 1979 es cuando se hará manifiesta la intención de utilizar el medio televisivo en su proyecto educativo, tomando como base las experiencias de los dos presidentes anteriores.

Aunque desde el inicio de su gestión López Portillo aludía al uso de la televisión para impulsar su labor educativa no es sino hasta 1979 cuando se define.

Los primeros antecedentes del uso de los medios de difusión para cubrir la demanda educativa del país se remonta a 1968. Nace de una experiencia italiana. Se pone a funcionar en Veracruz, Tlaxcala, Puebla, Hidalgo, San Luis Potosí, Oaxaca, Morelos y la zona metropolitana. Se inicia con 6569 alumnos, repartidos en 300 aulas. De 1968 a 1979 un total de 100 mil alumnos estuvieron inscritos y en este último año egresarían 17,787 estudiantes. (118)

Aunque resulta muy discutible la calidad con que egresan los educandos, debido en gran medida al mal funcionamiento y falta de apoyo a la telesecundaria, sí pudo haber sido una alternativa viable que permitiera resolver la carencia de escuelas, a pesar de que no

es explotado como es debido; prueba de ello la dieron los miembros del Comité Organizador del Primer Encuentro Latinoamericano para la Enseñanza de la Comunicación, pues del total del tiempo que el gobierno mexicano puede utilizar de la programación (12.5%), dicen, sólo explota un 0.8% .

Desde la instauración de la telesecundaria se ha reclamado el uso de radio y televisión para impulsar la escolaridad, los avances han resultado, las más de las veces, infructuosos e insuficientes, con todo y que TRM en 1979 establecía como uno de sus objetivos fundamentales "luchar por aumentar la cantidad de los educandos y la calidad de la educación que éstos reciben, . . ."

Para este año se informaba, en reunión de 9 secretarios, la directora de RTC y el presidente, que la red de TRM se transformaría en un sistema educativo y de capacitación,

Asimismo Margarita López Portillo señalaba que el 21 de noviembre se compraron "8 transmisores de alta potencia, que aumentaron la cobertura y la calidad de la imagen en la red", (119)

Igualmente, Enrique Olivares Santana, secretario de Gobernación, señalaba que se aprovecharán los productos audiovisuales de educación y capacitación en los sistemas penitenciarios del país, (120)

De tal forma que el gobierno participaba con varias modalidades de educación por televisión: telesecundaria, secundaria intensiva de verano, secundaria intensiva para adultos, alfabetización y primaria. Todo ello dentro del marco de reestructuración de TRM a partir del proyecto de 1979, donde se preveía la educación como uno de sus objetivos fundamentales, además de la capacitación y la información.

Entre los hechos más significativos tenemos la concepción que el entonces secretario de Educación Pública, Fernando Solana, tenía sobre el uso de la televisión. Para éste con la ayuda de la telesecundaria se resolvería el problema educativo. (121); en 1981 el secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Mújica, señalaba que para 1982 se alcanzaría la meta de cubrir la totalidad del territorio nacional con señal libre de televisión "con la franca cooperación de Televisa" (3-IV-81); por su parte Enrique Olivares Santana expresaba que a fines de 1981 casi sólo el 80% de la población total tendría acceso a la televisión educativa, "cuando hace 3 años no era mayor al 20%" (19-V-81). Un mes después, junto, se inicia la secundaria intensiva a través de TRM y el uso del canal 4 en uso de tiempos oficiales. En su 5° informe de gobierno el presidente señala los resultados obtenidos y da a conocer que el 90% de la producción de TRM son programas educativos. Hasta aquí le paramos. Vayamos, por consiguiente, al balance que se hacía de las actividades desarrolladas hasta septiembre de 1981.

El 3 de septiembre de este año, durante la reunión de trabajo "Educación a través de TRM", el primer mandatario mostraba su complacencia pues se había encontrado "el camino, se rompió la inercia y ya podemos recorrer confiados el sendero con eficiencia", Margarita López Portillo, por su lado, se ufana de haber cumplido los objetivos de TRM. "sólo resta incrementarlos".

Ya para finalizar Roger Díaz de Cossío, subsecretario de la SEP, llegó al "fondo del plan"; habría telesecundaria para todo alumno en edad escolar de 8 a 14 horas por medio de canal 4 y TRM, Secundaria intensiva para adultos con dos horas diarias, de 9 a 11 de la noche (?)

por TRM y de 5 a 7 de la mañana (sic) por canal 11. (122)

Hasta aquí la versión oficial, no obstante la realidad era otra. Démosle la palabra a la contraparte para ver cuál era, en realidad, el papel desempeñado por la telesecundaria.

José Salyador Mesa Lara, Secretario General de Telesecundarias del D.F. del SNTE, pone en entredicho la versión oficial pues, según él, tan sólo en el D.F., donde aproximadamente 54 telesecundarias operan únicamente siete de ellas estaban apoyadas por la SEP, en tanto que el resto eran subsidiadas por los padres de familia y patronatos privados.

Lo más grave, agrega, es que los métodos con que se ha impuesto el sistema de telesecundarias tendrían como consecuencia la degradación de la educación, la reducción de los contenidos programáticos además de que se brindaba una educación "al vapor",

Miguel Bartolini, secretario de Trabajo y Conflictos de la referida sección del SNTE explica que se pretendía estandarizar la educación, que todo mundo saliera con un papel sin importar la capacidad de los estudiantes. Esto se traducía en la generación de mano de obra barata para ser incorporada de inmediato al sistema productivo.

"La SEP, finalizó, mediante las telesecundarias, pretendía soslayar su incapacidad para proporcionar educación escolarizada a 20 millones de mexicanos..." (123)

Todavía hay otros factores que se deben valorar para entender, en su justa medida, el manejo de la televisión para impulsar las actividades educativas.

Aunque se pretendía darle un manejo racional a la elaboración de programas educativos casi siempre predominaba la anarquía y de ello los "temas de primaria" eran una muestra pues estaban hechos "para los profesores QUE LOS QUIERAN UTILIZAR". Por consecuencia, parte del

materiales que se producían no se elaboraban con base en un plan, no había lineamientos.

Se habla, también, de que los objetivos fueron cumplidos pero no se dan las cifras que demuestren objetivamente dichas afirmaciones.

Por otro lado, Roger Díaz de Cossío plantea, así como el secretario de Educación Pública, que la telesecundaria resolvería el problema de la educación con horarios de 9 a 11 de la noche y de 5 a 7 de la mañana. A nuestro juicio resulta absurdo impulsar un proyecto educativo que se transmitiría en ese horario, pues viene a ser completamente antipedagógico y con pocas posibilidades de hacerlo realidad. Además que no se consideraron las deficiencias de los profesores que se encargaban de dirigir los llamados grupos piloto de telesecundaria.

¿Un profesor normalista tendría los conocimientos necesarios para aclarar todas las dudas de un estudiante? Quizás si aquél tiene especialidad en Historia podría resolver los problemas de su especialidad, pero cuando no le quedó claro al teleestudiante el despeje de una ecuación matemática seguramente el historiador no podrá resolver el conflicto.

Las conclusiones de Salvador Meza Lara y Miguel Bartolini son más que ilustrativas.

Volvamos nuevamente a los hechos para finalizar con esta unidad.

El 5 de noviembre de 1981 la SCT y el gobierno de Sonora firman un convenio para instalar 31 estaciones terrenas para comunicación vía satélite con servicios de educación primaria y secundaria.

3 meses después, febrero de 1982, el secretario de Educación Pública daba a conocer que "hoy todos los niños de México tienen la posibilidad de recibir enseñanza primaria en todo el país".

La matrícula de telesecundaria se incrementó, para 1982, en 46% según Florence Toussaint; pero de acuerdo a la Unidad de Telesecundarias de la SEP ésta se duplicó: en 1981 se inscribieron 94,934 alumnos, en 1982 fueron 200,000. (124)

Canal 22 sería dedicado, igualmente, a impulsar la educación por televisión y como una "alternativa" para la clase marginada esto es de acuerdo a los lineamientos de Margarita López Portillo, directora de RTC.

Roger Díaz de Cossío, subsecretario de Cultura de la SEP da a conocer que a lo largo de 1982 se elaboraron 6060 programas educativos: 3200 dedicados a la telesecundaria para jóvenes y 900 de telesecundaria dirigidos a los adultos; los demás fueron de difusión cultural y de primaria para adultos.

Los planes iniciales, dados a conocer en noviembre de 1981, preveían la producción de 380 programas de apoyo a la educación normal y tecnológica con el fin de ser transmitidos por TRM y los canales 11 y 13... el programa de difusión cultural tenía entre sus metas alcanzar una producción semanal de 160 horas de programas de televisión y 100 horas de programas de radio, (125)

Aunque resulta muy difícil corroborar estos datos cuando no se tienen las programaciones oficiales, de un cálculo se puede apreciar que la producción de 1982 estuvo por abajo de los planes trazados pues si tomamos el dato que plantea llegar a una meta de 160 horas semanales y calculándola por 52 semanas da un resultado de 8300 horas anuales. Luego entonces, la meta eran estas 8300 horas, sin embargo, ¿por qué en lugar de hablar de "programas" no se habló de "tiempo" de transmisión? Puede ser, como ocurre, que se elaboren programas de 3 ó 5 minutos y, entonces, las cifras en apariencia son altas pero en realidad no corresponden a los recursos y posibilidades de producción de TRM.

No es el caso de adoptar una actitud de rechazo a todo lo que propone y hace el gobierno, indudablemente que hubo avances y el impulso de la educación a través de la televisión --con todo y sus tropiezos-- fue uno de ellos. Podemos afirmar que ésta fue, justamente, una de las políticas de comunicación más consistente, aunque no pudo cristalizarse como debió haber sido por la falta de una política de comunicación social "coherente", en este campo también se reflejó de la misma forma que se dio con los vaivenes de la reglamentación del derecho a la información. Aunque en el rubro educativo sí hubo una visión más o menos clara, sin embargo la falta de interés de las diversas secretarías de estado y la falta de solidez en los planes propiciaron que la televisión no fuera aprovechada totalmente como un instrumento que impulsara y aprovechara, con efectividad, la educación primaria y secundaria.

Hasta el momento sólo hemos vaciado los datos oficiales obtenidos en la investigación, antes de finalizar resulta menester algunas precisiones sobre la actividad que desempeñó la Dirección General de RTC, materializada en el uso de la red de TRM.

En definitiva, el sexenio lópezportillista se caracterizó por hacer un uso más amplio de los diversos medios de comunicación, tenemos, por ejemplo, el manejo de la televisión para impulsar y solucionar el problema educativo. El hecho de que el uso, en muchos casos, haya sido errado es otra cosa. Asimismo, se impulsan programas dirigidos a diversos estratos sociales, del campo y la ciudad, aunque las más de las veces los diferentes programas o "spots" adolecían de coherencia y continuidad. Se reflejaba una falta de vinculación entre uno y otro programa,

Por otra parte, el comercialismo en el uso de TRM fue tan excesivo como el de la televisión comercial; si bien hubo algunos momentos en que se pretendió hacerlo a un lado --sobre todo al finalizar el sexenio-- casi siempre persistió.

Además de lo anterior, hay una imprecisión absoluta e incompatibilidad en el manejo que algunas dependencias hacen de los datos. Veamos una muestra: sobre la cobertura de la cadena de TRM se vertían oficialmente estas cifras: TRM cubre el 60% de la población del país (MLP, Cine Mundial 6-II-82); TRM cubre 80% del territorio... (El proyecto de... p.p. 74-75, 1979); 1981, TRM cubre todo el territorio nacional... (Proceso # 250); 1980, 45 % del territorio... etc., ¿A quién creerle? Ni siquiera los encargados de la difusión se ponían de acuerdo, nuevamente sobresalen las contradicciones producto de la falta de un proyecto de comunicación social.

De la misma forma que se cayó en antagonismos, el gobierno no hacía una diferenciación clara y precisa de lo que era una estación terrena, retransmisora o repetidora, de tal forma que se generaba confusión y se reflejaba que ni los mismos funcionarios del ramo sabían a ciencia cierta qué avances técnicos había y cómo se iban dando.

A lo largo de la historia de la televisión en nuestro país, oficial y privada, el tiempo nos ha enseñado que el papel del Estado se ha limitado más a ser espectador que participante. Bien es cierto que con José López Portillo el uso de los medios de difusión se ha incrementado en relación a sus antecesores, empero tal participación ha sido excesivamente limitada y con muy pocos aciertos. Cuando éstos se han dado el gobierno se ha encargado de difundir por todas las vías sus avances, llevándolo a caer en la exageración o en el manipuleo de la información, como en su momento hemos puntualizado,

Cuando el gobierno ha hecho uso del radio o la televisión; dice

acertadamente Carlos Monsiváis, le bastan los temas superficiales, el dilatado close up durante la lectura del discurso, los panning que incursionan en recepciones multitudinarias, el sombrero campesino que denota pueblo..., sin intentar aprovechar a los medios con la ciudadanía. Todo ello no con el fin de presentar un proyecto diferente a la televisión comercial sino únicamente como una mera actitud donde aquél cobre acto de presencia y no se olviden de él. Esto sería lo que, en última instancia, ha permitido las incoherencias y los tropiezos por la falta de un proyecto que permita diseñar qué hacer, cómo hacer, hasta dónde llegar.

3.8 1982. CULMINACION DE LA DEBACLE

Las circunstancias reseñadas en los renglones anteriores no eran otra cosa más que el reflejo de la incoherencia del sexenio de López Portillo. De hecho la misma situación que Monsivais destaca en el contexto de los medios de difusión es un fiel reflejo de la manera tan errada como José López Portillo y su equipo dirigieron al país. A los pregonados años de bonanza, ahora, enero de 1982, se comenzaba a vislumbrar la hecatombe; entre otras razones porque la fuga de capitales afectaba la estructura económica de México.

Empero, y a pesar de ello, el presidente se limitaba a decir que "nos estamos endeudando mucho, pero no estamos en crisis... evitemos las trampas y las especulaciones..." (5-II-1982)

La caída es inevitable y dos semanas después el gobierno anuncia se retiró del mercado cambiario para contribuir a que el peso adquiriera el valor real en su paridad frente al dólar. Dejaron haber pasado 104 días para que la secretaría de Hacienda decidiera reingresar al mercado cambiario y lograr la estabilización del peso. Antes de que esto sucediera López Portillo imploraba a los sacadólares ya no adquirir más moneda norteamericana pues se perjudicaba la economía, contradictoriamente afirmaba que el futuro estaba asegurado,

Jesús Silva Herzog, ministro de Hacienda, también se apresuraba a expresar que la crisis económica estaba "controlada" (29-VI-1982). Los banqueros, por su parte, patentizaban su apoyo al primer mandatario "por los avances logrados durante su sexenio". (13-VII-1982)

Al paso de tres semanas la crisis se encontraba en su apogeo: el gobierno establece dos tipos de cambio -preferencial y libre-; se inicia la quiebra de empresas, dice Manuel Clouthier, presidente del Consejo Coordinador Empresarial, y otras trabajan con números rojos; el presidente solicita el apoyo y solidaridad de los sectores

obrero y privado para sacar al país de la crisis pues "ya pasó el tiempo de dispendios y de permitir la especulación"; la economía mexicana se enfrenta a un problema de "liquidez" por la caída de los precios y de las exportaciones, aunado a los déficits de la balanza de pagos y del sector público, además del acelerado proceso inflacionario etc., En una palabra, la euforia petrolera se viene al suelo, poco tiempo duró el gusto de "administrar la riqueza".

La crisis económica trajo sus consecuencias y, sintomáticamente, se repite el fenómeno ocurrido a finales del sexenio echeverrista; se inicia una campaña de rumores en vísperas del 6° informe presidencial. Se distribuyen volantes anónimos donde se llama a protestar por la situación "tan alarmante que existe en el país., no comprando nada... el día martes 31 de agosto, procurando también no salir de su casa ese día".

La respuesta fue contundente y aunque no se caracterizó precisamente por una postura consecuente del régimen sí fue un golpe certero para el sector financiero del país, este hecho se tradujo en la nacionalización de la banca y el control de cambios para frenar la especulación y fuga de capitales.

Desde luego que la nacionalización no fue recibida con beneplácito por los banqueros, quienes mostraron su desconfianza. Sin embargo, según declaración a la prensa los empresarios "apoyaron" la nacionalización y le manifestaron a López Portillo (como en las negociaciones entre las mafias sicilianas) "es hora de que se detengan las luchas y los enfrentamientos".

Para el presidente sólo había dos opciones: con los "apátridas" o con la nación; y, dijo, les daremos la oportunidad (a los sacadollares) de mostrar su solidaridad con el país, para lo cual les dio un plazo perentorio a un mes. Al término de éste habrán de tomarse dos

medidas: una de estímulos y otra de desalientos. (126)

Por su parte el presidente electo, Miguel de la Madrid Hurtado, reconocía la gravedad de la situación pero, optimista, afirmaba que "vamos a convertir las dificultades en nuevos triunfos..."

La crisis económica llegó a su punto más candente con la nacionalización de la banca. No obstante resulta muy significativo que una medida de esta naturaleza se aplique a sólo tres meses del cambio de poderes, por las implicaciones políticas y económicas que tendrían tales medidas a corto y mediano plazos.

Aunque resultaría difícil probar en qué condiciones se hizo la negociación de la nacionalización de la banca entre el mandatario que estaba por salir y quien lo sucedería, es probable que para resarcir las consecuencias más inmediatas, se haya llegado, entre Miguel de la Madrid y López Portillo, a tomar tal decisión con el fin de regresar, a un corto plazo, parte de las acciones que fueron expropiadas a los banqueros, como sucedió ya siendo presidente Miguel de la Madrid quien reintegró a los banqueros 34% de las acciones que les habían sido indemnizadas. Además, no olvidemos que el monto de las indemnizaciones fueron elevadas y en condiciones ventajosas para los expropiados.

No es nuestro interés hacer un análisis económico de la situación prevalectente en 1982, pero es conveniente ubicar las condiciones en que se desarrolló por las indudables repercusiones que tendría en la estructura de los medios de difusión mexicanos.

Una de las principales repercusiones de la crisis se vio materializada en marzo de 1982, fecha en que el grupo Alfa se vio en la necesidad de vender el 25% de sus acciones que poseía en Televisa para enfrentar sus graves problemas financieros. A reserva de lo que se decidiera después de inventariar las repetidoras, pertenencias, inmuebles y terrenos de canal 8 inicialmente se habló de un pago de 100 millones

de dólares al grupo Alfa. (127)

De esta forma el control del monopolio de radiodifusión más fuerte de América Latina, Televisa, quedaba más centralizado, amén del incremento de las estaciones concesionadas a los empresarios de los medios de difusión en julio del fatídico 1982.

3.8.1 ESTACION TERRENA "CHAPULTEPEC I"

1982 fue rico en acontecimientos. Entre otros tenemos la apertura de comunicación vía satélite por López Portillo, en junio, por medio de la estación terrena Chapultepec I. Con ello se abrían 5 canales de comunicación telefónica vía satélite. Los 6 canales televisivos del D.F. podrían enviar su señal a provincia. Asimismo, la Dirección General de Telecomunicaciones estaba en condiciones de hacer uso del satélite con la debida ampliación de los servicios de telefonía, enseñanza, telex. Además se informaba que la Dirección de Telecomunicaciones reemplazaría a la red Nacional de Microondas... (128)

Televisa, por supuesto, no iba a quedar fuera de la jugada. A la inauguración asistieron, como representantes del monopolio, Emilio Azcárraga y Miguel Alemán.

Junto con la Estación Terrena "Chapultepec I" quedarían instaladas otras 71 estaciones terrenas, de las cuales 33 fueron hechas por Televisa, según el convenio SCT-Televisa de 1980.

La distribución de dichas estaciones quedó de la siguiente forma: por parte de Televisa 3 en Sonora, 4 en Michoacán, 1 en Jalisco, 2 en Baja California Sur, 3 en Coahuila; 7 en Chihuahua; 1 en Campeche, 3 en Tamaulipas, 2 en San Luis Potosí, 1 en Zacatecas, 2 en Guerrero y 4 en Oaxaca,

La SCT instaló: 2 en Guerrero; 2 en el estado de México; 3 en

Coahuila; 5 en Chiapas; 2 en Campeche; 4 en Sonora; 3 en Veracruz; 2 en Jalisco; 2 en Colima; 4 en Oaxaca; 1 en Nuevo León; 1 en Quintana Roo; 7 en Baja California Sur; 1 en Nayarit; 1 en Tamaulipas; 1 en San Luis Potosí; 1 en Tlaxcala, así como en Michoacán Yucatán y Tabasco.

Actualmente México renta parte de 3 satélites para la transmisión de este tipo de señales; éstos a su vez eran subarrendados por Televisa. Ya cuando quede en servicio el satélite Ilicahua, recién lanzado al espacio, sustituirá a los que se alquilan.

El acuerdo entre Televisa y SCT sería firmado hasta el 5 de julio de 1982, quedaba establecida la obligación de aquella para apoyar logística y financieramente el programa, además de pagar cuotas por concepto de utilización del espacio aéreo mexicano. A cambio Televisa recibiría un trato preferencial y la concesión del uso del satélite; ventajas que, por otra parte, no se le conceden a la televisión estatal. aquí es donde está, justamente, la crítica que se haría sobre la "efectividad" que logra el sistema de TRM frente a Televisa, como ya analizamos con antelación.

Pero, además, ¿qué trascendencia tiene un convenio de esta naturaleza? Por principio de cuentas vemos que la expansión de la televisión privada se da a pasos agigantados y, por ende, el control y penetración es incomparable frente a la cobertura lograda por la televisión oficial.

No obstante lo más grave es que no se vislumbra voluntad política alguna para asumir la responsabilidad que al Estado compete en materia de comunicación. Se actúa, dice la expresidenta de la AMIC, Beatriz Solís, sobre pautas comerciales, de inversión y, a lo mucho, tecnológica. Se van tomando medidas sobre la marcha... pero en el caso de los satélites de comunicación directa, el avance de la tec-

nologfa es tan acelerado que va a rebasar cualquier intento posterior de corrección... es necesario legislarse, finaliza Beatriz Solís.

La modificación en la constitución (artículo 28) se hace hasta diciembre de 1982, ya con Miguel de la Madrid en el poder y se reforma el artículo 28 para fijar un conjunto de áreas estratégicas en las cuales sólo el Estado puede intervenir. entre esos campos se encuentra la comunicación vfa satélite, (129)

Mejor no podían estar los concesionarios. Emilio Azcárraga lo reconocía a viva voz: nunca antes había existido una colaboración tan estrecha entre el gobierno y Televisa como la registrada en la administración de José López Portillo.

Empero Televisa no se conformaba con lo que ya había logrado. Seis días antes de concluir su mandato, López Portillo concesionó a Televisa 95 estaciones más en 23 entidades federativas, (130) Estas vendrían a sumarse a las 61 repetidoras y 67 transmisoras de baja potencia. El gobierno de Miguel de la Madrid, hasta 1983, se había negado a entregarlas a pesar de las presiones del consorcio televisivo.

La situación era en exceso transparente, se puso en manos del sector privado el uso y explotación del espacio cuando sólo al Estado le compete. Ante las críticas por la entrega a manos ajenas de la comunicación por satélite, el entonces secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Mújica Montoya, se adelantaba a señalar que "se ha contado con el apoyo financiero de la iniciativa privada para salvar transitorio obstáculo de orden financiero... y, a fin de cuentas, dijo, el satélite es propiedad exclusiva de México".

En la práctica Televisa se fortalecía, se relegaba a los medios de difusión gubernamentales pues la parte del león era para los concesionarios. Por consecuencia, frente a esta situación de por sí des-

ventajosa poco futuro puede tener cualquier proyecto diferente al de la televisión comercial.

Es probable que esta situación también haya sido propiciada por la crisis que, como reseñamos en paginas anteriores, se vivía a fines del sexenio lópezportillista. Esto es en el sentido de que, para evitar "las luchas y los enfrentamientos", el gobierno ceda al sector privado espacios en los que éste podría explotar a cambio de reconocimiento y "solidaridad" en las medidas que adoptara el gobierno en otros campos. No olvidemos, entonces, que a pesar de haber nacionalizado y criticar constantemente la comercialización de la televisión privada, a 7 días de entregar la presidencia López Portillo concesiona, a Televisa, 95 estaciones más. Este se distinguió como los demás presidentes, por reconocer la aportación y "nacionalismo" de los empresarios de la difusión comercial. A lo más que llegó fue a implementar medidas que, en los hechos, no afectaba sus intereses. Por lo tanto, en pocas palabras se podrían definir las medidas adoptadas por José López Portillo: entrega, apoyo y fortalecimiento de los dueños de la industria de las ondas electromagnéticas.

De tal suerte que todo lo anterior nos lleva a verlo en el siguiente cuadro, donde se observa el acelerado crecimiento de las concesiones otorgadas de 1976 a 1982, lo cual se ve todavía más claro si lo comparamos con el cuadro (de 1976) que presentamos en la página 5 de este capítulo.

QUIEN POSEIA LAS CONCESIONES EN 1982

ORGANIZACION	TOTAL CONC.	RADIO AM				RADIO FM			TELEVISION		
		T%	CONC.	T%	HORIZ.	CONC.	T%	HORIZ.	CONC.	T%	HORIZ.
TELEVISAS,S.A.	136	14.56	3	5.10	2.21	3	2.04	2.21	130	63.72	95.58
ACIR	119	12.74	96	16.46	80.67	23	15.64	19.33			
RAVEPSA	90	9.63	82	14.06	91.10	8	5.44	8.90			
RADIORAMA	78	8.35	66	11.32	84.61	12	8.16	15.39			
RASA	73	7.81	70	12.00	95.89	3	2.04	4.11			
SUBTOTAL (5 primeros)	496	53.11	317	53.47	63.91	49	33.33	9.88	130	63.72	26.21
RADIO,S.A.	60	6.42	44	7.54	73.33	16	10.88	26.66			
FIRMESA	44	4.71	43	7.38	97.72	1	.68	2.28			
SOMER	43	4.60	25	4.28	58.13	12	8.16	27.90	6	2.94	13.96
RCN	42	4.49	38	6.52	90.47	4	2.72	9.53			
PROMORADIO RPM	42	4.49	38	6.52	90.47	4	2.72	9.53			
SUBTOTAL (10)	727	77.83	505	86.62	69.46	86	58.50	11.82	136	66.66	18.70
C.M.R.S.A.	37	3.96	27	4.63	72.97	10	6.80	27.03			
PROMEDIOS,S.A.	27	2.89	21	3.60	77.77	6	4.08	22.23			
FMM	23	2.46	-			23	15.64	100.00			
SUBTOTAL (13 primeros)	814	87.14	553	94.85	67.93	125	85.03	15.35	136	66.66	16.70
OTRAS	120	12.85	30	5.15	24.00	22	14.96	18.33	68	33.33	56.67
TOTAL NACIONAL	934	100.00	583	100.00	62.42	147	100.00	15.74	204	100.00	21.84

Nota: Obsérvese que entre el cuadro de distribución de 1976 y el de 1982, la tendencia en la concentración de las concesiones se ha acentuado en forma clara. Mientras que en 1976 cinco de las razones sociales controlaban 344 estaciones para llegar a tener un 46.84 por ciento del total, en 1982 cinco empresas han llegado a tener 496 emisoras para alcanzar el 51.11 por ciento de todas las estaciones de radio y televisión en el país. (131)

C O N C L U S I O N E S

A lo largo de esta investigación hemos establecido algunas conclusiones preliminares sobre la política de comunicación social implementada durante el sexenio de López Portillo, sin embargo no está por demás retomar los aspectos más importantes de ésta para dar una visión de conjunto, lo cual nos permita explicar, en un primer momento, las condiciones en que se desarrollaron los planes gubernamentales en esta área. Por otra parte, esto nos servirá para comprender con mayor claridad las innumerables contradicciones e inconsecuencias de quienes se encargaron y tuvieron la responsabilidad de encauzar y llevar a la práctica las medidas que de algún modo afectaban la estructura y funcionamiento de los medios de difusión, tanto gubernamentales como privados.

Por principio de cuentas podemos observar que la política de comunicación social en dicho periodo se puede ubicar en 3 grandes campos: la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, primero; Televisión Rural de México, segundo, y por último el uso que se hace de la televisión para impulsar la educación primaria y secundaria. Dentro de este contexto se daría la polémica sobre el derecho a la información. Desde esta perspectiva vemos que, entonces, si bien López Portillo retoma, inicialmente, el derecho a la información en el Plan Básico de Gobierno 1976-1982 (del PRI), con posterioridad éste será hecho a un lado. A lo más que se llega es a modificar el artículo 6° de la constitución para que el Estado "garantice" su aplicación y a incluirlo en la Reforma Política, pero sólo como un derecho partidario y no como una garantía individual. En conclusión, dichas disposiciones no garantizaron el efectivo derecho a la información. Con López Portillo la comunicación pasa a ser de interés de la se-

cretaría de Gobernación y no de Educación Pública, esto sería un indicador del rumbo que siguieron los proyectos gubernamentales con sus respectivas repercusiones, algunas de ellas de suma gravedad. Prueba de ello fueron las constantes contradicciones y el caos en que se encontraban los diversos organismos oficiales encargados de los medios de difusión masiva estatales. Está el caso, también, de los vaivenes en las declaraciones de funcionarios sobre la reglamentación del derecho a la información, ni ellos mismos se ponían de acuerdo.

Otra prueba evidente del desorden fue la remoción constante de los cuerpos directivos como la Coordinación General de Comunicación Social, antes Dirección de Relaciones Públicas, estuvo dirigida por 5 diferentes funcionarios en el siguiente orden: Rodolfo Landeros, José Luis Becerra, Fernando Garza, Luis Javier Solana y Francisco Galindo Ochoa.

El canal 13 tampoco escapó a este fenómeno, más bien fue su reflejo. Al cabalístico 13 se encargaron de dirigirlo 7 personas diferentes, en promedio menos de un director por año.

Los cambios y la falta de rumbo -ocasionado por la carencia de un proyecto de comunicación social- fueron la constante a lo largo de todo el sexenio. Aunque, y valga decirlo, esto no sólo ocurría en el sector comunicación, vemos que para el primer trienio casi la mitad de los miembros que componían el gabinete presidencial habían dejado su puesto. En este aspecto el periodo Lópezportillista fue de los más convulsivos.

Esta es una de las explicaciones más racionales a la carencia de objetivos, la falta de planes y las contradicciones que se tradujeron en incapacidad para establecer políticas adecuadas a las necesidades de las mayorías, lo cual a su vez se tradujo en beneficios para los concesionarios, a pesar de las "críticas" de los diferentes secreta

rios y el propio presidente a la excesiva comercialización de la radiodifusión privada. Este vacío confirmaría la aseveración de Froylán López Narváez en el sentido de que el llamado "vacío de poder" generado por el constante cambio de funcionarios -en los diferentes sectores- "en el fondo no era sino poder vacío, sin brújula".

Empero, si bien el sexenio se caracterizó por las contradicciones y la anarquía hubo algunos aciertos, aunque no los necesarios. Entre ellos tenemos la expansión del radio de penetración de la televisión oficial, la ampliación del uso del medio televisivo para impulsar el alfabetismo así como la educación primaria y secundaria. Si bien la cobertura alcanzada por TRM no puede compararse con la privada resulta significativo que, como en ningún gobierno anterior, se haya dado un impulso sin precedentes. Lamentablemente los errores fueron mayores que los aciertos.

De otro lado nos damos cuenta que los concesionarios pudieron salir victoriosos después de los constantes enfrentamientos con gran cantidad de grupos que proponían, por ejemplo, la reglamentación del derecho a la información, la nacionalización de radio y televisión, la crítica a la comercialización de la radio y televisión mexicana etc.. Aunque en un principio el gobierno mostró la disposición de lesionar la estructura de los medios de difusión y beneficiar a las mayorías, al final resultó lo contrario. Esto es evidenciado por los convenios celebrados (1980 y 1982) entre la SCT y Televisa, por medio de los cuales se ampliaba el número de concesiones y, por ende, la cobertura y penetración de la televisión privada.

En 1982, con el "apoyo financiero" de Televisa, se impulsa la creación de un satélite (Ilicahua), con ello el gobierno se ata de manos para enfrentar el poder y la hegemonía del monopolio televisivo, cuando aquél pretenda impulsar un proyecto de difusión masiva dife-

rente al de la televisión comercial.

Si a lo anterior sumamos la cancelación de llevar adelante un proyecto televisivo diferente al comercial (Canal 13) y la clausura de espacios críticos, como fueron los despidos del periodistas del Canal 11, los resultados vienen a ser elocuentes: el fortalecimiento absoluto del monopolio de difusión, Televisa.

En última instancia podemos decir que el gobierno se preocupó más por impulsar la televisión privada que por abrir espacios propios y, por otro lado, atacar a los medios periodísticos que hacían crítica a las disposiciones gubernamentales.

Con Miguel de la Madrid tal pareciera que se tenía la pretensión de sacar adelante los órganos informativos oficiales para hacer un mejor uso de ellos e impedir el crecimiento de los privados, por medio del Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION), pero en el mismo contexto y con los mismos vicios de la televisión comercial.

Es contradictorio que primero el gobierno diseñe su Sistema Nacional de Comunicación Social, después crea organismos para poner en práctica sus planes (tal como es el caso de los Institutos de Radio y Televisión) y, finalmente, convoque a una consulta popular después que las decisiones trascendentales ya están tomadas en la cúpula. De hecho el actual presidente también está actuando como su antecesor poniendo en práctica decisiones verticales que contradicen la decisión oficial de "responder a los planteamientos de la voz de la nación" (Pablo Marentes el 5 de mayo de 1983)

Apenas terminado el Foro de Comunicación Social convocado por la secretaria de Gobernación la postura del régimen de Miguel de la Madrid ya se encuentra definida: se niega a concesionar estaciones radiodifusoras a las universidades de Guerrero y Puebla; es impulsada una iniciativa de

ley para modificar los códigos civil y penal; además queda establecido el Sistema Nacional de Noticieros, medida que permitiría a la secretaría de Gobernación ampliar el control y la censura; antes del primer medio año de su gobierno los horarios de transmisión de los partidos políticos son cambiados a horas de menor auditorio; con Miguel de la Madrid el nombramiento del director de Radio Educación se haría por medio de Gobernación.

Por dichas razones, entonces, nos podemos explicar por qué el sucesor de López Portillo en realidad dejaba las cosas tocadas en su esencia pues no había mayor compromiso por afectar los intereses de los concesionarios, de tal suerte que la estructura de los medios de difusión comerciales siguió intocable e inalterado, así como el régimen de concesiones y la Ley Federal de Radio y Televisión.

El gobierno de la madridista continuó con la misma tónica de su antecesor y por ahí podemos entender cómo es que Joaquín López Dóriga (exdirector de Noticieros y Eventos Especiales de Canal 13, quien fuera expulsado por indisciplina en el periodo de Pedro Ferriz Santacruz) es reintegrado como director del Sistema Nacional de Noticieros de IMEVISION, además que se le brindan espacios diarios de una hora para realizar entrevistas sobre diversos temas.

Luego entonces, así como el proyecto de José López Portillo sobre comunicación social fracasó, sucede lo mismo con Miguel de la Madrid porque en ningún momento se prevee la definición para el otorgamiento de concesiones, mucho menos el cambio de la ley de radio y televisión.

Los amplios sectores de la población quedaron fuera del Plan Nacional de Comunicación Social, sobre todo porque no se consideraron opciones de política cultural para las grandes masas y sólo se limitó a redefinir

la organización y el uso de los recursos y tiempos oficiales en la radio y televisión privadas.

En otras palabras, no ha pretendido tocar a los difusores privados y desde ahí se inicia el fracaso pues mientras éstos sigan teniendo el control absoluto de la información poco o nada podrá hacerse por resolver los conflictos que de ahí se derivan.

A manera de epílogo diremos que en algunas ocasiones la carencia de un proyecto de comunicación social-como sucedió con López Portillo-puede ser la manifestación de una política bien definida de encauzar la información; es decir, la mejor forma de poner en práctica un proyecto es no llevando a cabo ninguno. Quizás esa pudo haber sido la orientación en el sexenio anterior. Descabellado pero posible..

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Tello, Carlos La política económica en México p.p.187-188
- 2.- Ibidem p.p. 203-205
- 3.- Ibid p. 208
- 4.- Tomado de Nexos # 24 (dic. 1979) "la disputa por la nación: Carlos Tello. Citado por Roberto Bermúdez en "La Reforma Agraria y el régimen de JLP" UNAM FCPS México, 1981 p.p.203-204
- 5.- Tomado de información económica del Banco de México en "la Reforma Agraria..." Idem
- 6.- La legislación mexicana op. cit. p.53
- 6'- Ib. p. 35
- 7.- Ibid p. 35
- 8.- Fernández,Christlieb Fátima "Imperialismo y medios de información colectiva en México" en Revista de Estudios Políticos # 3 FCPS UNAM abril-junio 1976 Méx. p. 12
- 9.- Rosas, Sánchez Javier "Reflexiones en torno a un sexenio" en Revista del Centro de Estudios Políticos # 9 FCPS UNAM enero-marzo 1977 p.p. 162-163
- 10.- Plan Básico de Gobierno 1976-1982 PRI 25 de septiembre de 1975 p.12
- 11.- Ibidem p. 11
- 12.- Idem p. 14
- 13.- Ibid p.p. 192-193
- 14.- Lizalde, Eduardo "Testimonios" en Revista Nueva Política # 3 p. 265
- 15.- Marcos, Patricio y Fernández,Fátima "La bizarra partitura que provocó el golpe de mano televisivo" en Revista de Estudios Políticos # 6 Vol. II abril-junio 1976 p. 112
- 16.- Idem
- 17.- Gamboa, Xavier "Obstáculos sociales para la efectiva dirección gubernamental en el proceso de salida de la crisis: México 1977" en Revista de Estudios Políticos # 11 julio-septiembre Vol.III UNAM FCPS p. 42
- 18.- Id
- 19.- Citado por Otto Granados Roldán en "Los límites de la reforma" en Ángulos suplemento de El Universal 12 de sept. 1982 p.3
- 20.- "Obstáculos sociales para..." op. cit. p.43
- 21.- Fernández, Fátima "Los medios de información masiva y la Reforma Administrativa de José López Portillo" en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales # 86-87 oct.-mzo 1977 p. 201
- 22.- Barquera Fernando op. cit. p. 847
- 23.- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal publicada por el Diario Oficial el 29 de diciembre de 1976

- 24.- "Los medios de información masiva..." op. cit. p. 202
- 25.- Ibid p. 206
- 26.- Idem p. 203
- 27.- Barquera, Fernando op. cit. p.p. 851-852
- 28.- Tomado de Evolución política y comunicación de masas Schramm, Wilbur Princeton University Press varios autores p.p. 30-59
- 29.- "Políticas y sistemas nacionales de comunicación" en Revista Aportes # 2 epiflogo de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia p.p. 131-132
- 30.- Ibid p. 9
- 31.- Idem p. 14
- 32.- Wimmer, Javier "La rectoría sobre los medios electrónicos, 'potestad irrenunciable del Estado' " en Suplemento de Uno más Uno 14 de mayo de 1983 p. III
- 33.- Uno más Uno 2 de diciembre de 1976 p.1
- 34.- Gaceta informativa de la CFE México abril-agosto de 1977 tomo I p.p. XI-XII
- 35.- ¿Qué es la Reforma Política? López, Medrano Javier
- 36.- Villoro, Luis et al. México, hoy "La Reforma Política"
- 37.- "El nuevo derecho a la información, ¿garantía individual o de partido?" en Revista de Estudios Políticos # 12 oct. dic. 1977 Vol. III
- 38.- "El derecho a la información" en México, hoy varios autores p. 329
- 39.- Proceso # 53, 7 de noviembre de 1977 p.11
- 40.- Uno más Uno "El problema de hacer saber" Ríos, Rogelio 13 de julio de 1984 p.2
- 41.- Proceso # 31 6 de junio de 1977 p. 18
- 42.- Proceso # 91 31 de junio de 1978 "Elenco Político" Miguel López Azuara p. 27
- 43.- Cine Mundial 4 de junio de 1977 p. 14
- 44.- Idem 21 de octubre de 1977 p. 16
- 45.- Ibid 4 de octubre de 1977 p. 4
- 46.- Id. 12 de noviembre de 1977 p. 16
- 47.- "Políticas y sistemas nacionales de comunicación" en Revista Aportes Tomo I P. 7
- 48.- Cine Mundial 8 de junio de 1978 p.p. 7,8 y 13
- 49.- Ibid 11 de octubre de 1978 "Plaza Pública" Granados, Chapa Miguel A. p. 5
- 50.- Cine Mundial 29 de agosto de 1978 p. 13
- 51.- Proceso # 109 9 de octubre de 1978 p.p. 29-30
- 52.- Cine Mundial 3 de octubre de 1978 p. 2
- 53.- Uno más Uno 3 de noviembre de 1978 p.p. 1,6

- 54.- Uno más Uno y Cine Mundial 6 de diciembre de 1978
- 55.- Uno más Uno 20 de diciembre de 1978 p. 6
- 56.- Proceso # 112 25 de diciembre de 1978 p.p. 27-29
- 57.- Uno más Uno 10 de enero de 1979 p.6
- 58.- México Hoy op. cit. Christlieb et al p. 332
- 59.- Proceso # 128 16 de abril de 1979 p.35
- 60.- Cine Mundial 8 de junio de 1979 p.8
- 61.- Proceso # 137 18 de junio de 1979
- 62.- Ibid # 139 "La comunicación, negocio..." Carlos Pereyra p.35
- 63.- Idem # 140 "La satanización de la..." Fátima Fernández 10 de septiembre de 1979
- 64.- Cine Mundial 4 de septiembre de 1979 p.5
- 65.- Id 14 de septiembre de 1979 p.14
- 66.- Ibidem 17 de octubre de 1979 p.2
- 67.- Idem 18 de octubre de 1979
- 68.- Proceso # 127 "¿Y el derecho a la información?" Fátima Fernández p.31
- 69.- Excélsior 14 de abril de 1983 p.p. 1,17
- 70.- Cine Mundial 20 de mayo de 1978 p.5
- 71.- Proceso # 195 28 de julio de 1980 y Cine Mundial 22 de julio de 1980 p.13
- 72.- Ibid #188 9 de junio de 1980 p.48
- 73.- Ib #275 p.p. 6-11
- 74.- Idem #256 28 de septiembre de 1981 p.p.14-20
- 75.- Proceso # 159 19 de octubre de 1981 p.p. 20-23
- 76.- Cine Mundial 16 de noviembre de 1981 p.5
- 77.- Proceso # 260 26 de octubre de 1981 p.22
- 78.- Ibidem #275 "Remoción informativa" Froylán López Narváez 8 de febrero de 1982 p.21
- 79.- Cine Mundial 8 de febrero de 1982 p.7
- 80.- Proceso #314 8 de noviembre de 1982 p.p.31-32
- 81.- Cine Mundial 18 de noviembre de 1982 p.34 y Proceso #316
- 82.- Datos proporcionados por Televisa a Cine Mundial 15 de abril de 1977 p.2
- 83.- Cine Mundial 19 de febrero, 13 y 15 de abril de 1977
- 84.- Idem 11 de septiembre de 1977 p.3
- 85.- Revista del Centro de Estudios Políticos #9 "los días de la contrarforma" Erwin Díaz Rodríguez FCPS UNAM p.169
- 86.- Cine Mundial 3 de febrero de 1977p.p.1,4

- 87.- Ibid 27 de febrero de 1977 p.20
- 88.- Excélsior 26 de enero de 1977 p.1 (sección de espectáculos)
- 89.- Boletín oficial de la DGRTyC 17 de noviembre de 1977
- 90.- Proceso mayo, agosto y septiembre de 1977
- 91.- Cine Mundial 4 de octubre de 1977 p.4
- 92.- El Gallo Ilustrado, suplemento de El Día "Reflector sobre la televisión"
Guillermo Tenorio, 8 de enero de 1978 p.3
- 93.- El Sol de México "Red Privada", Manuel Buendía 20 de julio de 1977
p.p. 1,10
- 94.- Cine Mundial 13 de marzo de 1979 p.16
- 95.- Proceso # 71 "TRM, el verdadero alcance nacional" Carlos Ulanovsky
13 de marzo de 1978 p.52
- 96.- La legislación mexicana en radio y televisión op. cit. p.26
- 97.- Proceso #110 "Entrevista exclusiva para..." 11 de diciembre de 1979
p.p. 6-8
- 98.- Cine Mundial 14 de marzo de 1979 p.3
- 99.- El Proyecto de TRM 1979-1982 publicado por RTC, México 1979
- 100.- Proceso # 141, 16 de julio de 1979 p.p.13-15
- 101.- El proyecto de... op. cit. p.p.74-75
- 102.- Idem p.p.10,14
- 103.- Ibid p.10
- 104.- Cine Mundial 27 de febrero de 1980 p.4
- 105.- Ibid 18 de abril de 1980 p.15
- 106.- Proceso #190 23 de junio de 1980 p.26
- 107.- El proyecto de... op. cit. p.p.20-21
- 108.- Proceso #289 "Canal 22, creado para..." 17 de mayo de 1982 p.p.48-49
- 109.- Cine Mundial 9 de octubre de 1980 p.4
- 110.- Proceso # 208 "Las telecomunicaciones..." Oscar Hinojosa 27 de octubre
de 1980 p.p. 22-24
- 111.- Ibidem #250 "Caos en el Canal 13", Florence Toussaint 17 de agosto de
1981 p.56
- 112.- Ibid #271 "Estancamiento en la televisión estatal", Florence Toussaint
11 de enero de 1982 p.56
- 113.- Cine Mundial 3 de febrero de 1981 p.2
- 114.- Idem 8 de noviembre de 1981 p.7
- 115.- Id 6 de marzo de 1982 p.4
- 116.- Cine Mundial 17 de agosto de 1982 p.1
- 117.- Ibid 27 de octubre de 1982 p.10
- 118.- Proceso #247 "Telesecundaria intensiva", Florence Toussaint 27 de julio
de 1981 p.p.55-56

- 119.- Cine Mundial 2 de diciembre de 1979 p.8
- 120.- Ibidem
- 121.- Idem 17 de enero de 1981 p.7
- 122.- Ibid 4 de septiembre de 1981 p.p.1,19
- 123.- Proceso #255 21 de septiembre de 1981
- 124.- Cine Mundial 1º de abril de 1982 p.3
- 125.- Ibid 23 de septiembre de 1981 p.2
- 126.- Idem 5 de octubre de 1982
- 127.- Excelsior "Red Privada", Manuel Buendía 17 de marzo de 1982 p.p.1,16
- 128.- Cine Mundial 11 de enero de 1982 y 2 de mayo de 1982
- 129.- Proceso #299 "México abre un espacio..." José Reveles 26 de julio de 1982 p.p.50-53
- 130.- Suplemento de Uno más Uno "Alternativas insuficientes" Federico Campbell 13 de mayo de 1983 p.VI
- 131.- La legislación mexicana... op. cit. p.37

4. CANAL 13,

ESTUDIO DE UNA ADMINISTRACION ERRATICA

4.1 FRANCISCO AGUIRRE, PRIMEROS PASOS

El surgimiento de lo que con posterioridad sería la televisora oficial se da cuando nuestro país atraviesa por una de las crisis más graves del México contemporáneo. Dicha convulsión (movimiento estudiantil de 1969) se da junto con el rompimiento del modelo económico (desarrollo estabilizador) seguido por los gobiernos posrevolucionarios.

Sin embargo, la crisis también se comienza a manifestar en el campo económico; los largos años de estabilidad comienzan a verse convulsionados y sus manifestaciones más claras se dan cuando Luis Echeverría Álvarez es presidente. En el período de éste se pudo ver la pugna y enfrentamiento del sector privado y el gobierno. Aunado a ello también se visualiza que el país inicia un acelerado endeudamiento y el índice inflacionario toma la delantera, todo esto con sus debidas implicaciones en los terrenos político y económico.

De hecho esta situación refleja contradicciones entre lo que se decía y las medidas que el gobierno ponía en práctica. Dichos aspectos, pues, serían el marco en el cual se desenvolvía nuestro país y en dicho contexto quedaría circunscrito el nacimiento del que 4 años más tarde pasaría a ser la emisora gubernamental: Canal 13.

Estableciendo un parangón se puede pensar, entonces, que la situación predominante cuando surge el Canal 13 se verá reflejada en el desarrollo de éste.

El manejo del "canal del pueblo" durante el régimen de José López Portillo ha sido marcado por la anarquía y la inestabilidad, signos que lo identificarían a lo largo de 6 años. Empero es necesario acudir a sus antecedentes -

a pesar de que el material es escaso y, en algunos casos, adolece de excesiva superficialidad.

Canal 13 nace legalmente a partir del 12 de octubre de 1968, teniendo como propietario a Francisco Aguirre (concesionario del Núcleo Radio Mil y, según Miguel Angel Granados Chapa, conocido por su modo de operar centros nocturnos), es constituido como Sociedad Anónima de acuerdo a la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El nuevo canal quedaba instalado en la torre Latinoamericana, con estudios de grabación en el primer cuadro del D.F., en las calles de Mina; el alcance de su antena se limitaba escasamente al Valle de México.

Francisco Aguirre, emprendedor y empecinado, pretendía entrar en el terreno de la competencia y largo tiempo trabaja con pérdidas cuantiosas, a fin de penetrar en el público televidente y arrebatarse auditorio a Telesistema Mexicano (canales 2, 4 y 5) y Televisión Independiente de México (canal 8), organismos que en ese entonces controlaban los medios de difusión en el país. Desde luego, la situación de Canal 13 era muy difícil pues no poseía los recursos económicos de las otras emisoras; a pesar de ello y para atraer al público la televisora basó el mayor tiempo de su programación en series y películas extranjeras, sobre todo de una compañía llamada Eurovisión.

Canal 13 vegetaba, no adquiría solidez pues ello implicaba la inversión de cuantiosas sumas de dinero para ser competitivo con las otras estaciones, emperose mantuvo 3 años y 3 meses, hasta llegado el momento en que se volvió insostenible. Los problemas económicos y de programación lo abrumaron, a tal grado que Francisco Aguirre se vio en la necesidad de venderlo por no ser rentable, no haciendo oficial dicha transferencia hasta marzo de 1972.

Mientras tanto el gobierno se mantenía expectante. Si bien en un principio no tuvo el interés en adquirir un canal, con el paso del tiempo fue adquiriéndolo. Hacía poco tiempo que empezaba a incursionar -aunque no de una forma sistemática- en los medios electrónicos de difusión (recuérdese que en 1968 queda legislado el 12.5% que en tiempo de programación deben pagar los concesionarios de radio y televisión; además de sus experiencias en el impulso de la telesecundaria, iniciada el 2 de marzo de 1968. Esto es por mencionar los hechos de mayor trascendencia).

Poco a poco fue creándose la atmósfera para dar a conocer las intenciones gubernamentales por adquirir este canal. Para enero de 1972 se dan las primeras versiones de que el gobierno había adquirido el 72% de las acciones de Canal 13, versión de un funcionario de la UNAM. Al día siguiente el dueño de Canal 13, por boca de su hijo, Francisco Aguirre Jr., niega la información por carecer de fundamento y no haber nada formal. (1)

Mas entre líneas señalaba que a partir de marzo, 2 meses después, el canal sería reestructurado y se emitirían programas especiales subvencionados por el gobierno con la utilización del 12.5% del tiempo de transmisión que le correspondía. Posteriormente la venta se haría oficial.

De tal forma, asienta Jorge Lozoya, "el 15 de marzo de 1972 el gobierno mexicano adquirió el Canal 13 de la televisión capitalina. Unos meses antes la financiera estatal, Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX) había comprado el 72% de las acciones de la televisora, entonces en manos particulares. El 15 de marzo recibió el 28% restante y con ello se inauguró una nueva etapa de la televisión en México".

De tal suerte que se constituye, de acuerdo a la Ley General de Sociedades Mercantiles, como Sociedad Anónima por escritura pública N° 6966, otorgada por el Notario Público # 1 del D.F. (2)

Con esta obtención de hecho se inicia la intervención del gobierno en el terreno de los medios de difusión ya como productor de su propio material. Esta modificación en la política de los medios de comunicación, dice Lozoya, se vio precedida de una movilización de la opinión pública en la que participaron funcionarios, intelectuales, periodistas e incluso el presidente de la República. *

Para Jorge Lozoya tenía dos vertientes la compra del Canal 13. Por un lado se trataría de enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana, los causados por la distorsión de la estructura de producción nacida del consumismo provocada por la publicidad televisiva; por otra parte, agrega, el gobierno emprendería acciones concretas orientadas a reducir, de alguna forma, el poder del monopolio que ejercía un grupo financiero sobre la televisión mexicana.

Desde esta óptica, el gobierno pretendía romper el monopolio de las ondas electromagnéticas, así como contrarrestar la mala programación y la desorientación generada en los televidentes. No debemos perder de vista que también se quería impulsar la educación extraescolar.

*Esta llamada movilización de la opinión pública se da con la crítica exacerbada a la orientación de la televisión comercial, motivo que provocó serios enfrentamientos entre los concesionarios y el gobierno echeverrista (una mayor y más profunda visualización de esta situación puede observarse con mayor detalle en la última parte del primer capítulo de este trabajo: "Antecedentes de la televisión en México".)

Es importante destacar que cuando se adquiere el Canal 13 las relaciones entre el gobierno y el sector privado eran demasiado tirantes, prácticamente se daba una guerra de declaraciones entre el presidente Echeverría y los representantes del sector privado, por lo tanto no es gratuito que a mediados de 1972 se inicien las negociaciones para la creación de Televisa, medida que vendría a materializarse ya en 1973.

No se podría pensar que la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México en Televisa responde únicamente a la adquisición gubernamental de la emisora, con la fusión se trata de hacer frente a las declaraciones del presidente y su grupo a fin de evitar la intervención del gobierno en dicha industria. Sin embargo este hecho reflejaba la actitud de todo el sector privado, el cual en esencia consideraba que el gobierno no debía intervenir en sectores de la economía (la televisión era sólo uno de ellos) "que no le competían".

4.2 ANTONIO MENENDEZ, PRIMER DIRECTOR DE CANAL 13

Establecida legalmente como Corporación Mexicana de Radio y Televisión S.A. de C.V. (Canal 13), y ya con el rango de empresa paraestatal, Antonio Menéndez sería el primer director encargado de encauzar la televisora de acuerdo a los objetivos gubernamentales.

Las primeras declaraciones sobre la nueva orientación de Canal 13 se dan después que Antonio Menéndez toma posesión de su cargo. En 1972 comienza a definirse el camino que habrá de tomar en el futuro, los lineamientos son señalados en la Carta Mensual de "Trecevisión Activa", de acuerdo a los números de junio y agosto de 1972 el canal oficial sería "un vehículo de comunicación social con programas que eleven el nivel cultural de los niños, jóvenes y adultos, a la vez que los entretienen y les crean conciencia del mundo en que vivimos" (destinado a hacer que el televidente) "no siga siendo un receptor pasivo... el ideal es que la imagen de la televisión provoque siempre una reacción, una actitud crítica, para lograr que este medio de difusión masiva sea efectiva comunicación". (3)

La nueva dirección se proponía también "respetar al público, no interrumpiendo la programación y su entretenimiento con la inclusión frecuente de mensajes publicitarios. En su caso, Canal 13 sólo pasará publicidad antes o después de cada programa".

Los proyectos eran certeros, sin embargo el problema era, ahora sí, "cómo" llevarlos a la práctica. El cómo hacer que esos programas de un mayor "nivel cultural" fueran vistos por los televidentes; había un hecho real: cómo hacer que el público de la televisión comercial con marcos de referencia apoyados en el mercantilismo y el consumo de mensajes descontextualizados y, sobre todo, un público no acostumbrado a

digerir otro tipo de televisión que no fuera la comercial. Este era el verdadero embrollo.

Había 2 alternativas para resolverlo: La primera planteaba que la producción de "Trecevisión" debería dirigirse "al creciente porcentaje de televidentes inconformes con la televisión comercial", quienes tenían interés por "ver mejor televisión". La segunda solución consistía en hacer una producción "similar a la de la televisión comercial para, una vez obtenida su atención, mejorar el contenido".(4)

Las 2 opciones tenían sus bemoles: la primera implicaba cerrarse a un público reducido con una programación elitista. Por su parte, la segunda suponía entrar en franca competencia con los concesionarios, además de gastos onerosos y, por consecuencia, también habría que enfrentar su experiencia de 25 años en el medio.

Dicha situación llevó al gobierno a optar por una solución intermedia que, como señala Lozoya, puso a la televisión estatal entre la espada y la pared. La solución fue hacer televisión cultural sin caer en el elitismo; dirigirla a las masas populares sin contar con los recursos de la televisión comercial. Por consecuencia, se decidió "que nos vea el público y después elevamos el costo y la calidad de la programación". (5)

En conclusión, la ruta fue seguir el rumbo de Televisa, aunque se dieron algunos cambios significativos. Los resultados fueron más o menos visibles a un mes de distancia: en febrero de 1972, señalaba Antonio Menéndez, 97.5% de la programación era extranjera. Un mes y medio después (30 de abril de 1972), se producía el 47.5% del tiempo de pantalla. De los pésimos comerciales... indica Lozoya, se pasó a las series con unidad móvil, controles remotos, filmación y transmisión en color. El

equipo técnico constaba de 2 estudios, una editora de videotape y un cuerpo técnico con promedio escolar de primaria.

A los 6 meses ya estaban integrados una gran cantidad de intelectuales, lo cual también corroboraba, sin duda, una elevación del nivel de la programación.

Para noviembre de 1972 había avances notables. El director de Trecevisión Activa, Antonio Menéndez, hacía un balance de los logros obtenidos en 8 meses y daba a conocer que ya se contaba con el "60% de la programación viva", el resto de la programación incluía sólo 3 programas extranjeros. La cobertura se ampliaba, 2 redes se integraban, éstas harían llegar la señal a el Bajío y la zona del Golfo de México. La producción llegaba a 12 horas .(6)

Canal 13 no podía escapar a los problemas que generaba la estructura jurídica y administrativa. Por un lado había lineamientos generales sobre la ruta a seguirse en cuanto al contenido de los programas. No obstante, por otro lado la intervención de los diferentes órganos que tenían alguna relación con la emisora complicaban en gran medida su funcionamiento.

Jorge Hernández Campos, colaborador del Canal 13 en 1972, ofrece un panorama explicativo. Para él la cuestión central se daba por dos problemas medulares. El primero de ellos era la anarquía que "reina sobre todo en el terreno administrativo. Entre la subsecretaría de Radiodifusión, la Comisión Nacional de Radiodifusión, una subsecretaría de Gobernación, una parte de la SEP y para las 2 subsecretarías de la Presidencia nos hallamos ante una proliferación de centros para la toma de decisiones en materia televisiva que parecen decidir poca cosa y esa poca cosa atómicamente". El segundo conflicto consistía en que "la actual confusión es administrativa. Pues bien, enfatiza Her-

nández Campos, antes que administrativa es de ideas, obedece a la ausencia de un criterio orgánico, unificador y nuevo... cuando a alguno de nosotros se nos ha consultado (extraoficialmente) generalmente se nos han pedido cosas concretas, recetas inmediatas. Con esto se nos ha querido decir una cosa: que la televisión como está ya existe, ya está hecha y que venir con filosofías es una pérdida de tiempo".(7)

Además de los 2 factores señalados, la dirección de la televisora gubernamental, con Antonio Menéndez, enfrentó gran multiplicidad de dificultades: todo avance se quería ver en términos de "rating". Se caía, por nueva cuenta, en considerar al televidente sólo un objeto de consumo. Para dotar "a la televisora de estudios adecuados, red nacional y mayor presupuesto de producción y publicidad, el gobierno exigía que se elevara primero el rating, lo que sólo podía lograrse aumentando el presupuesto de producción y publicidad. Empezó así, indica Jorge Lozoya, a girarse en un círculo vicioso de graves consecuencias; la falta de personalidad jurídica y financiamiento independiente de Canal 13 lo llevó a caer en presiones directas de "grupos y personajes políticos de la administración pública. Las pugnas de intereses, continua Lozoya, se reflejaron en las decisiones del alto mando del canal. De una televisión de Estado se empezó a pasar a una televisión gobiernista... se llegó al punto de que diversos funcionarios imponían no sólo sus criterios de producción para la transmisión de sus mensajes sino que pretendían, lográndolo con frecuencia, modificar los horarios y las rutas críticas de la programación". Esta situación la siguió reconociendo Pablo Marentes en 1983. 11 años después de que es adquirida la televisión oficial.*

La administración de Menéndez, además, se vio limitada a supedi-

* Infra. Última parte de este capítulo.

tarse a Notimex, negándosele la autorización de establecer contacto directo con agencias internacionales de noticias; no tuvo la capacidad de estructurar una dirección autónoma de información y noticieros.

Frente a la adversidad Canal 13 quería seguir el rumbo -aunque impreciso- marcado en 1972. El 10 de enero de 1973 su director da a conocer que "...en lo sucesivo esa empresa no pasará anuncios de bebidas alcohólicas ni de cigarrillos. Se han iniciado estudios para realizar campañas contra el alcoholismo y el tabaquismo que en breve emprenderá Canal 13. Todo ello, señala Menéndez, mediante un nuevo sistema y ritmo en que los cortes entre programa y programa se ocuparán con series de minicápsulas de diversas informaciones como notas culturales, servicios sociales, buen humor y anuncios comerciales dosificados: con todo lo cual se espera conquistar más televidentes".(3)

Con Antonio Menéndez el contenido de la programación siguió los marcos de la "objetividad sensacionalista que la televisión comercial explota..." El canal no fue capaz de tomar posición pues se mantuvo al garete.

4.2.1 RESULTADOS DE LA ADMINISTRACION DE MENENDEZ, UN PRIMER ACERCAMIENTO

Como puede verse, pues, desde el inicio del Canal 13 y a pesar de existir ciertos lineamientos que podían ser una opción para intentar un cambio en la televisión mexicana todo fue cayendo por la borda. Las contradicciones, las inconsecuencias y el seguimiento de la sombra de la televisión comercial fueron patentes.

Es más, ni siquiera el propio gobierno le daba a la emisora la importancia que merecía. Durante la gira de Echeverría por Europa, China y la

URSS se excluyó de la comitiva presidencial al director y equipo del Canal 13.

De esta primera etapa, ya como un órgano más del gobierno se desprenden cuestiones que van a explicar, a largo plazo, por qué la televisora oficial no ha perdido la brújula sino que más bien sigue bajo la orientación de la brújula de Televisa llegando incluso, en ocasiones, a ser más papista que el papa, más comercialista que Televisa.

La primera razón que puede explicar dicha situación es que no hubo, en el periodo de Antonio Menéndez, objetivos claros y precisos sobre lo que se perseguía en la televisión gubernamental. Se tenían, sí, ideas "generales" sobre lo que se perseguía pero nunca fue establecido el "cómo" se cumplirían los objetivos. En segunda instancia se mostró la incapacidad para impulsar un proyecto "propio" y se dio paso a las presiones y, por consecuencia, a los saltos constantes entre una programación cultural (miniteatro, obras en 15 minutos...) y los programas escasos, de contenido, copia de los producidos por los concesionarios. Esta situación se veía agravada por la falta de experiencia gubernamental en el uso de los medios de difusión.

De la administración de Menéndez también puede afirmarse que al gobierno en realidad nunca le interesó impulsar realmente una televisión diferente a la comercial (el tipo de programación era similar a la que se emitía en los canales privados, más bien la utilizó para legitimarse* y divulgar la imagen que a los funcionarios les interesaba

*Es importante recordar que el gobierno de LEA arrastraba la imagen de un gobierno autoritario y despótico. Había una falta de credibilidad de la población hacia los gobernantes y a través de su discurso Echeverría siempre quiso congraciarse con la población y con el Canal 13, en cierta medida, se pretendía restablecer esa credibilidad. Inclusive López Portillo con posterioridad haría alusión a la crisis de "credibilidad", sobre todo por las repercusiones del movimiento estudiantil de 1968.

difundir, haciendo a un lado los objetivos, orientación y desarrollo del canal. La prueba más evidente fue que con el tiempo Canal 13 se convirtió en botín de funcionarios que la han utilizado para difundir sólo la información de su interés.*

Otro de los rasgos de la etapa en que Menéndez presidió la dirección fue su "zigzagueo" constante en la orientación que le dio a la emisora. Aunque en un principio planteó un reencauzamiento de su programación no supo definir con precisión el rumbo a seguirse. El objetivo era elaborar una programación contrastante con la de la televisión comercial y se prohibió, entre otras cosas, la publicidad de vinos, licores y cigarros. Pero muchas veces se volvió a la copia de lo que hacían las estaciones comerciales por la falta de planes bien definidos acerca de qué se pretendía lograr y cómo llevar a cabo tales cambios.

* Pablo Marentes, Luis de Llano, José Ramón Fernández, Margarita López Portillo, Joaquín López Dóriga y otros personajes que han estado relacionados con el Canal 13 han reconocido dicha anomalía. A lo largo de esta investigación se ha señalado, en sus diferentes momentos, las apreciaciones respectivas. Véase capítulos 4.5.2 y 5.

4.3 ENRIQUE GONZALEZ PEDRERO, RECTIFICACION DEL CAMINO O "EL NUEVO ESTILO DEL 13"

Lo que podría calificarse como la primera etapa de la televisión paraestatal termina con la muerte de su primer director, Antonio Menéndez, sucedida el 29 de octubre de 1973. 2 meses después toma las riendas del canal el senador Enrique González Pedrero, el 10 de enero de 1974.

De hecho ya se vislumbraban cambios trascendentes en el Canal 13 debido, en gran medida, a la imprecisión y los saltos constantes de Menéndez; los problemas internos se acrecentaban, de tal suerte que era necesaria una modificación en la organización interna del canal 13. En estas condiciones González Pedrero asume el puesto.

Exdirector de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y con reconocido prestigio académico, González Pedrero es considerado en ese tiempo una buena elección para reencauzar las actividades del Canal 13, prueba de ello es que recién nombrado se dedica a redefinir la política a seguirse e inicia cambios con repercusiones en el corto y largo plazo.

Resulta menester analizar con detalle las modificaciones puestas en práctica por el segundo director de la televisora oficial. Este señala que como primer medida había que hacer un replanteamiento de los objetivos de la "política de la empresa dentro del régimen de economía mixta, a la luz de las condiciones de la televisión nacional y de las experiencias acumuladas.

"Por lo tanto, indica Pedrero, la función de Canal 13 no sería la obtención de utilidades sino la realización de objetivos políticos, económicos y culturales... De ahí que hayamos entendido al Canal 13 como

una empresa responsable de informar, entretener y difundir la cultura para influir, complementar y promover un Sistema Nacional de Televisión".(9)

La redefinición del canal implicaba, por fuerza, cambios en la estructura interna, por tal motivo Enrique González Pedero inicia modificaciones que permitieran el cumplimiento de sus metas. Fueron establecidas "dos Subdirecciones, con sus respectivas Gerencias, Departamentos y Secciones. Se crearon... el Consejo de Investigación, el Departamento Jurídico y el de Asuntos Internacionales, así como la Gerencia de Información y Relaciones".

Con las innovaciones en la estructura administrativa y la reorientación en la política del canal se inicia "el nuevo estilo de la televisión", cuyo objetivo central sería "cumplir de una manera progresiva como televisión de servicio, no de lucro, y hacerlo sin olvidar que la televisión es un espectáculo, que puede y debe sensibilizar al público, pero de ninguna manera aburrirlo". (10)

El "nuevo estilo", señalaba González Pedero, implicaba por consecuencia un cambio paulatino en cuanto a la calidad de la programación, de modo que "el público pueda llenar... los vacíos que le deja la televisión tradicional y vaya identificándose progresivamente con 'su canal'".

El director de Canal 13 se encargó de diseñar todo un programa para reorientar las actividades del canal, el cual fue desaprovechado. En su referido "programa de desarrollo" hace un planteamiento explícito de los "Planes, objetivos, políticas y metas". El programa contemplaba fundamentalmente 4 aspectos: 1. Reorganización; 2. Infraestructura: 2.1 Ampliación de cobertura, 2.2 Mejoramiento de Instalaciones y facilidades técnicas, 2.3 Capacitación y formación de recursos humanos, 2.4 Información e in-

investigación; 3. Programación ascendente y 4. Comercialización fincada en el interés social. Cada una de las 4 etapas era complementada con objetivos y las metas a cumplir, de tal suerte que la cuestión se veía que prometía el desarrollo del Sistema Nacional de Televisión.

Mas el problema central donde chocaban todos los planes era el "cómo" llegar al público. Dentro de sus planes Pedrero proponía que "sin dejar de satisfacer a las mayorías es necesario... propiciar la selectividad del auditorio y no adaptarse pasivamente al gusto medio del público. Sin actuar en forma coercitiva sobre el espectador hay que despertarle la conciencia del significado del mundo en el cual le ha tocado vivir..." Esa debía ser la incansable batalla por conquistar teleauditorio.

El conflicto que se le presentó a Menéndez sobre la elaboración de una televisión elitista o dentro de los marcos de la comercial seguía persistiendo. La solución de Enrique González se asemejaba en mucho a la de su antecesor. O sea, habría que combinar una programación mixta. De tal suerte que para éste lo más adecuado era combinar una programación con cultura universal y programas al estilo que el público estaba acostumbrado, "pero incorporando a lo conocido, nuevos y enriquecedores elementos de información y cultura".

Aquí es donde, justamente, se daban los vaivenes y las "vueltas" al manejo de la programación comercial. Era muy difícil cerrarse a presentar un contenido totalmente ajeno al que estaba acostumbrado el público. La medida, considero, era acertada aunque seguían arrastrándose los vicios de la televisión mercantil. Sin embargo el proyecto de González Pedrero estaba contemplado para realizarse en un plazo mediano. A pesar de esto hubo avances notables.

Con todo y los escollos que salvaba Canal 13, en julio de 1974 lograba llegar al exterior, sobre todo a ciertas ciudades de E.U. con población de origen mexicano: California, Nueva York y San Francisco, por los canales 22, 47 y 20, respectivamente.

Antes de 1974 el alcance de la televisora gubernamental era en exceso limitado: en 1970 llegaba a 70% del área metropolitana. Recordemos que el segundo plan de González Pedrero consistía en ampliar la cobertura, para ello fueron fijadas 3 etapas: la primera de 1974 a noviembre de 1975; la segunda hasta julio de 1976 y la tercera iniciaría en julio y finalizaría en un plazo mediano (en realidad fue concluida por Marfa del Carmen Millán, sustituta de Pedrero).

En la primera etapa, a fines de agosto de 1974, Canal 13 llegaba, con la instalación de una retransmisora, a toda la zona del Valle de México, Hidalgo, Puebla y Morelos. Se instalaron, también, repetidoras en los estados de Jalisco, Michoacán, Veracruz, Tabasco, Sinaloa, Chihuahua, Yucatán, Nuevo León, Oaxaca y Chiapas. En una palabra, la expansión de Canal 13 alcanzó gran parte del territorio nacional. Con la primera etapa de expansión se anexaron, por orden de la SCT, 8 estaciones que eran propiedad de Telecadena Mexicana S.A., las cuales llegaban a Torreón, Parral, Tepic, Culiacán, Los Mochis, Hermosillo, Nogales y Querétaro.

La segunda etapa tenía como meta penetrar en Campeche, Guanajuato, Guerrero, este de Jalisco, Morelos y San Luis Potosí. Con la tercera y última etapa, programada a un plazo más largo, el objetivo era llegar a Durango, Tamaulipas, Puebla, Baja California Norte y Sur, Quintana Roo, Zacatecas y Coahuila. Con esta ampliación se alcanzaba la cobertura nacional. El objetivo: captar un auditorio de 4 millones de personas.

Según datos oficiales, hasta el 6 de octubre de 1976 Canal 13 lle-

gaba a "26 millones" de televidentes potenciales y 3.49 millones de telehogares. (11)

Retrocedamos un poco para ubicarnos adecuadamente en el periodo que analizamos. Hacia fines de 1974 (6 de diciembre), a casi un año de iniciada su gestión, Enrique González Pedrero en conferencia de prensa vuelve a redefinir los objetivos de la televisora y define con mayor precisión qué se persigue, aprovecha el espacio para enfatizar que "la televisión debe ser un instrumento de transformación que tienda hacia la integración nacional... La televisión del Estado ha de tener la capacidad de innovación y de ir más allá del reforzamiento de los valores tradicionales. Sin olvidar la importancia de la magnitud del auditorio -aspecto cuantitativo- tampoco ha de ignorar los valores artísticos y culturales -aspecto cualitativo-... Entendemos, continuaba el director, al Canal 13 como una empresa responsable de informar, divertir y difundir la cultura para regular, complementar y promover el Sistema Nacional de Televisión mediante la emulación y el ejemplo con la finalidad de contribuir a la integración nacional, a la modernización y el desarrollo independiente de México".

Va de los aspectos teóricos al balance de lo realizado en un año de trabajo. Sobre la comercialización -punto nodal de su desarrollo- indicó que no se ha permitido la publicidad de vinos licores o cervezas ni cigarrillos y al mismo tiempo se ha otorgado preferencia a la publicidad de empresas mexicanas productoras de bienes y servicios adecuado al gasto familiar. Esto, finalizó, a pesar de jugar en contra de las reglas del mercado publicitario, ha llevado a elevar en un 120 % las ventas en efectivo de Canal 13.

En su análisis González Pedrero hacía un balance de la cobertura lograda a partir de las 3 etapas de expansión que se tenían planeadas. En 1974, decía, se alcanzaba una cobertura del 64% del auditorio del país, con la puesta en marcha de la primera etapa.

Por otra parte vemos que el cambio de orientación -con todo y sus deficiencias- reflejaba cambios significativos. La producción, de 349 horas mensuales, según González Pedrero, "era ya en 62% producida en el país, el 38% restante provenía de Inglaterra, Venezuela, España, Estados Unidos y Francia. De la producción local, el 41% fue grabada y el otro 21% fue realizada en vivo". (12)

Ahora bien, visto el problema desde otro ángulo hay deficiencias que no permitirán la cristalización de los objetivos. De acuerdo a Raúl Cremoux la programación de Canal 13 se asemeja a la de interés comercial tradicional en la constante interrupción para insertar avisos publicitarios, promociones de la misma televisora y mensajes de invitación a festividades varias. La programación infantil es pobre y no se ha realizado ningún esfuerzo serio en producción de calidad para el universo de los pequeños.

Las producciones teatrales, continúa Cremoux, las telenovelas compradas en el extranjero, y las series episódicas son el atractivo mayor de sus emisiones. Los servicios noticiosos acusan gran dependencia de Notimex, lo cual se traduce en constantes noticias de interés muy relativo. No existen programas que auspicien generosamente el análisis económico, social, cultural y político. Los aspectos deportivos no cuentan con apoyo técnico ...

Resulta incuestionable el planteamiento hecho por Cremoux, empero hay determinados avances que le dan otra fisonomía al canal oficial, entre ellos tenemos que se adaptan a la programación textos literarios, teleteatros series con reconocido nivel etc., aunque no se llega -en 1975- a cumplir cabalmente los objetivos definidos un año atrás.

De tal suerte que la pantalla del 13 se ve invadida de obras de teatro y literatura adaptada a televisión (Canasta de Cuentos), se realzan los valores nacionales (Este México Nuestro) con la participación de grupos individuales del folclore mexicano. Las series extranjeras de buena calidad ocupan espacio (Las Seis Esposas de Enrique VIII, la Guerra y la Paz, Ana Karenina etc.,).

Las producciones nacionales con obras literarias representadas por actores mexicanos y financiadas por la televisora gubernamental es otro intento del "nuevo estilo".

Por consecuencia, la participación del Canal 13 dentro del llamado Sistema Nacional de Televisión cobra importancia. En el transcurso de un año, de abril de 1975 a marzo de 1976, de las 25,416 horas transmitidas a través del SNT, Canal 13 participa con 16.33%, esto es 4152 horas al aire. (13)

En esa misma etapa la dirección de Canal 13 registra que del total de su producción 53.26 % es local; 70.19% es nacional; 45.09% en vivo; al Estado se dedicó 8.1% del tiempo de transmisión y únicamente 3.11% de comerciales: "como una muestra de respeto al teleespectador". Ya para 1976 la emisora oficial ve ampliada su influencia hacia otros países: proporciona material para la televisión iraní; se firman convenios de intercambio con Cuba, Bulgaria, Hungría y Alemania (Federal), aparte del material que ya desde 1974 enviaba a ciertas po-

blaciones de Estados Unidos, sobre todo en donde vivían residentes de origen mexicano.

Asimismo, después de 4 años de experiencia, en 1976 ya se tenía más o menos definida una barra de programación, ésta se componía de 9 secciones: informativa ("notitrece" en tres horarios y "la noticia esta semana"); películas nacionales y extranjeras ("nuestro cine", "última función", "historia del cine mexicano", "cine juvenil", "cinelandia" y "cinema 13" entre otros); musicales; deportes ("deportv", nacido en 1973 y uno de los principales bastiones para atraer público); teleteatros (ya señalados); mesas redondas (entrevistas y comentarios); ciencia, arte, educación y cultura; sección de eventos públicos y por último la sección de variedades.

Las barras de programación, de acuerdo a los objetivos delineados por Enrique González Pedrero, condicionaban la comercialización del tiempo de pantalla: "la publicidad (quedaba) sujeta al carácter del programa y al respeto que se le debe al teleespectador".

La publicidad era el punto de mayor conflicto donde chocaban los buenos propósitos, ahí Pedrero caía en lo que sería su más grave contradicción. Este pensaba que "si Canal 13 aceptara las reglas del mercado publicitario, la televisión estatal, a largo plazo, tergiversaría sus objetivos que constituyen su razón de ser. Pero renunciar a la publicidad como fuente de financiamiento implicaría automáticamente condenar a la empresa a la dependencia definitiva del subsidio y a la privación, "a priori" de posibles utilidades. ...era necesario el establecimiento de políticas de comercialización que, sin crear relaciones de subordinación... permitieran el autofinanciamiento.

El ex-senador consideraba que "la comercialización del tiempo de pantalla tiene dos objetivos claros: (1º) generar recursos, o bien, el intercambio de bienes o servicios necesarios para el desempeño de sus operaciones; (2º) ...coadyuvar a la promoción comercial de las empresas del sector público y apoyar el crecimiento de las empresas... de artículos necesarios para el consumo familiar".

La televisión oficial se inclinaba por hacer una televisión fuera de las directrices de la hecha por los concesionarios, sin embargo no podía escapar a las reglas del juego y de alguna forma tuvo que sortear dicho escollo. Pero se presentaba otro problema: la influencia de los anunciantes (patrocinadores) en la programación. La solución fue separar la gerencia de Comercialización de las actividades de programación, de tal manera, expresa Pedrero, la selección de programas se alejó de la mecánica de la televisión privada.*

Hasta aquí nos hemos dedicado a retomar el informe de actividades de Enrique González Pedrero con el fin de dar una explicación sobre el desarrollo del Canal 13. No obstante surge una cuestión que, considero, es el talón de Aquiles de la televisora: ¿Es posible hacer una televisión no comercial dentro de una estructura capitalista y, sobre todo, cuando existe el control hegemónico por los medios de difusión privados? ¿Podría Canal 13, realmente, ir en contra de las reglas del mercado? Decía Pedrero que "... si se aceptaran las reglas del mercado publicitario... (se) tergiversarían los objetivos..."

*Días más tarde, como se verá en fechas posteriores, esta situación influyó determinadamente en la orientación del canal.

4.3.1 UN BALANCE PRELIMINAR DE LA ADMINISTRACION DE ENRIQUE GONZALEZ PEDRERO

Resulta indudable que el paso de González Pedrero por el Canal 13 trajo cambios notables en la orientación de la emisora, sin embargo finalmente se impuso el comercialismo. Es necesario precisar que la emisora gubernamental no podía pretender manejarse al margen de la estructura donde realizaba su actividad. En primer lugar porque sólo era un organismo con reducida influencia y penetración; en segunda instancia la emisora estatal funcionaba dentro de una estructura donde los medios de difusión privados tienen su predominancia y el suficiente poder como para imponer las reglas del juego.

O en el último de los casos Canal 13 no podía ir en contra de las leyes del sistema, sobre todo que éste es quien lo sustenta. La emisora oficial es una empresa y ahí González Pedrero estaba equivocado pues implícitamente consideraba lo contrario.

Ahora bien, esto no indica que no hubiera podido hacerse una televisión más digna y con una orientación distinta a la del consorcio privado. En las condiciones de 1974-1976, y en la actualidad, se dificultaba sobremanera "jugar" fuera de las reglas ya establecidas, las cuales basan su funcionamiento en la comercialización y el lucro sin importar el contenido de los productos consumidos en el mercado de la información.

Canal 13 puede y debería superar -cualitativamente- los mensajes que produce y hacerlos distintos a los de Televisa, empero la insistencia es en el sentido de que no es posible -como planteaba Pedrero- "no aceptar las reglas del mercado publicitario" y decir no los vamos a tomar en cuenta y trabajaremos como si fuésemos independientes y autosuficientes.

4.3.2 LA ÚLTIMA ETAPA DE GONZALEZ PEDRERO

Volviendo ya a la etapa final del periodo de Enrique González Pedrero hemos de recordar que se encuentra ya a la puerta el fin del sexenio echeverrista, Canal 13 comienza a tomar un perfil más o menos definido; es meritorio reconocer que ya se tiene una idea aproximada de qué se persigue (aunque el problema fue que no se estableció el cómo lograrlo), por consecuencia se buscaba al público con un nivel de preparación arriba de la secundaria (recordemos el tipo de programación: teleteatros, series, literatura llevada a la televisión etc...), Hay avances, aunque no los deseados. La cobertura, para 1976, es de "3.8 millones de telehogares, distribuidos en más de 383 localidades de 26 estados de la República a través de 25 estaciones repetidoras", según el informe de Pedrero.

Por otro lado vemos que se daban problemas que se habrían de arrastrar con López Portillo. Parte de los conflictos se resolverían, pensaba Enrique González, con las nuevas instalaciones, inauguradas en julio de 1976. Del modesto canal se pasó a los dispendiosos estudios construidos en Periférico Sur. Calificados como los mejores y más grandes de América Latina (a pesar de que contradictoriamente se afirma que las instalaciones son más propias para hacer cine).

El Canal 13 quedó ubicado en 18200 metros cuadrados, con la siguiente distribución: "cinco estudios y un estudio de grabación; edificio de técnica; área de servicios generales y talleres; edificio de oficinas; almacenes, salas de ensayo, maquillaje y vestuarios"etc..., Desde luego que las instalaciones fueron instaladas con monitores cámaras, switcher, dimer para iluminación, tornamesas, grabadoras, catchera, máquinas de videotape... Es decir, un canal a todo lujo.

Los antiguos estudios de Mina 24 fueron convertidos en Centro de

Capacitación para el personal de la televisora y con ello se garantizaba su profesionalización efectiva.

Como vemos, pues, en cuanto a infraestructura el problema quedaba resuelto pero persistían los conflictos internos. Para agosto de 1976 en la emisora estatal laboraban 1139 trabajadores (700 sindicalizados, el resto de confianza o Free Lancers), los cuales representaban en mucho un gasto excesivo, sobre todo por los pagos por desplazamiento de personal que se hacían al sindicato, con sus respectivas sangras para las finanzas del canal.*

De otra parte canal 13 se convirtió en el ring donde los funcionarios sostenían sus encuentros para implantar un determinado proyecto de televisión estatal. (14)

Este ha sido, según Fátima Fernández, uno de los problemas que no le han permitido al gobierno enfrentar al emporio televisivo y ser un eficaz adversario. Pablo Marentes, director del sistema IMEVISION y exdirector del Canal 13, a más de 10 años de que se dieran dichos conflictos, los sigue considerando actuales pues siguen repitiéndose.

Canal 13 se enfrentaba también a otro tipo de dificultades. Su director consideraba que se debería partir de la simplificación de los órganos de gobierno que intervienen en los medios de radiodifusión y cuyas funciones pueden trasladarse, duplicarse o no cumplirse debidamente.

*Este problema es reconocido por González Pedero sin embargo él tampoco tuvo empacho en gastar el presupuesto de un año y dejar una deuda de 180 millones de pesos, a sabiendas de las condiciones económicas de este organismo, actitud que contradice su intención de pretender hacer funcionar el canal de acuerdo a "costos bajos" por la escasez de dinero.

De acuerdo a los lineamientos del ex-senador habría que establecer una cabeza de sector a fin de lograr una mayor coordinación y consistencia en las políticas y mayor aprovechamiento de los recursos.

Dicha problemática, empero, obedece a un factor de mayor importancia. El problema era de fondo pues "el sistema estatal de televisión se ha ido formando de manera coyuntural, sin obediencia aun plan maestro. De ahí que los propósitos buscados en cada oportunidad, los que animan a cada órgano que al efecto se crea, no estén coordinados, y a menudo se contradigan y hasta anulen... se nota la ausencia de un gran proyecto con arreglo al cual operar la televisión estatal, se echa de menos la existencia de una teoría general sobre el asunto... las formulaciones planteadas en el Plan Básico de Gobierno aprobado por la VIII asamblea nacional del PRI, sobre el derecho a la información y la función social de la información encajaría en la visión teórica necesaria para presidir la operación del sistema de televisión estatal". (15)

En cuanto al funcionamiento interno del canal se presentaban dificultades, pues éste no había logrado aun plasmar una imagen definitiva a un público real y potencial: "problemas técnicos en vías de resolverse con los nuevos estudios... una orientación en algunas ocasiones errática y, en otras, francamente desafortunada (inclusión en sus programaciones de series y películas escogidas arbitrariamente, eventos deportivos de discutible significación para nuestra sociedad, horarios supeeditados a transmisión o repetición de actos oficiales, material informativo vertido acrtficamente, desorganización y falta de complementación entre los organismos productores de programas etc...) a lo que se suma su desventaja en el sentido de mera competencia... han conspirado contra el logro de éxitos importantes". (16)

4.3.3 IMPOSIBILIDAD DE LOS CAMBIOS

Sin duda hubo avances significativos con Enrique González Pedrero. Con todo y sus deficiencias tuvo el tino de señalar cuáles deberían ser las pautas para la producción televisiva gubernamental. Amplió, también, el campo de penetración de Canal 13. Sin embargo no se podía esperar que la televisión gubernamental tuviera cambios radicales, totalmente distintos de la producción comercial.

¿Era posible llevar a buen fin un cambio profundo en la televisora oficial? ¿Con una programación totalmente distinta a la de Televisa se hubieran tenido aciertos? Quizás el fracaso hubiera sido más rotundo. Fátima Fernández señala que la televisión oficial se encuentra en desventaja frente a la comercial pues los televidentes ya tenían marcos de referencia y conducta basados en las normas dictadas por el consorcio televisivo; los programas a que está acostumbrado el público eran los elaborados por Televisa. Ahora bien, no podemos pensar que no había posibilidades de ganar público. Si existía la probabilidad de hacerlo pero esto se lograría progresivamente.

Yo no creo, como Ricardo Garibay (González Pedrero mantuvo a Canal 13 como lo recibió: invisible y perdido) que el canal de éste fue el mismo que el Canal 13 de Antonio Menéndez. A lo largo de la administración de aquél se dieron aciertos y también errores. Pero resulta menester indicar que Pedrero tuvo la certeza de señalar qué rumbo debía seguir la televisora oficial, aunque el error fue el no haber definido con precisión el "cómo" y, sobre todo, llevar a buen término los planes.

Por último es importante señalar que a González Pedrero se le criticaba el haber aceptado las presiones para terminar la construcción de las instalaciones de Periférico Sur, a fin de que fueran inauguradas por

el presidente Echeverría (en julio de 1976, fecha de la inauguración, estaba a 5 meses de concluir su mandato). Enrique González Pedrero usó todo el presupuesto de 1976 y deja una deuda de 200 millones de pesos, a tal grado de que en diciembre de ese año no había dinero para liquidar salarios y aguinaldos al personal del Canal 13. (17)

En descargo el director argumentó que no fue presionado para terminar las instalaciones; en cuanto al presupuesto señala que "no se dedicó a los gastos de construcción 'todo el capital del ejercicio de 1976' pero sí una proporción considerable de esos recursos... porque el gobierno Federal no otorgó presupuesto de inversión en 1976". Por consecuencia, la alternativa era dejar las construcciones sin concluir, o culminarlas... como una "decisión mía", se optó por la segunda. (18)

Sobre la deuda de los 200 millones que heredó afirma que es el "resultado de insuficientes recursos... de la necesidad de terminar las obras en proceso, de la devaluación de la moneda y de la contratación del material televisivo".

De una u otra forma el canal, hacia fines de 1976, se encontraba prácticamente en quiebra; no había dinero en efectivo y contra las afirmaciones de su director (si teníamos dinero para la operación de la transmisora y para cubrir salarios) en sus finanzas predominaban los números rojos, como lo demostró posteriormente la auditoría practicada por la extinta secretaría del Patrimonio Nacional. En sus resultados se hacía constar que los saldos (de Canal 13) con los bancos eran deficitarios por 1 millón 300 mil pesos. Las deudas globales ascendían a 180 millones de pesos. Fue la herencia de Pedrero.

En el paso de Pedrero por el 13 hubo avances, pero los errores fueron demasiados y opacan en mucho los progresos de la televisora oficial. Mal que bien éste había adquirido una imagen; su programación, aunque viciada, fue depurada y se pretendió darle una orientación distinta a la de la televisión comercial. No obstante canal 13 campeó en la incertidumbre lo cual provocó un relativo avance, empero el burocratismo y el exceso de personal contribuyeron a la liquidación del "nuevo estilo". La autosuficiencia administrativa programada para 1976 y pregonada por Enrique González Pedrero se fue por la borda. En lugar de la autosuficiencia el Canal 13 se perfilaba hacia una crisis en todos los campos: administrativo, económico, programación, etcétera.

4.4 ABEL QUEZADA, LEGO EN MATERIA TELEVISIVA. ANARQUISTA E IRONICO

El inicio del periodo Lópezportillista se inicia con una grave crisis que se vería agravada con el paso del tiempo. La devaluación del peso resulta inminente y la inflación cobra auge, la situación económica del país da visos de empeoramiento a pesar de que con insistencia es señalado que el pivote del desarrollo sería el petróleo.

Tan luego asume el poder López Portillo se encargaría de difundir la imagen de un país en bonanza; ahora México se encontraba frente a la abundancia y debíamos enseñarnos a "administrar la riqueza", de repente nos habíamos vuelto ricos y la crisis por que se atravesaba en poco tiempo--según los voceros del gobierno-- quedaría atrás.

La localización de nuevos pozos petroleros y el aumento de las reservas energéticas ubicaban a México entre los 10 países más ricos por la cantidad de petróleo que constantemente se descubría. Junto con ello se dio un acelerado endeudamiento pues nuestro país ya poseía garantías para respaldar los préstamos del exterior para consolidar su desarrollo.

Sin embargo poco duraría el gusto pues del México próspero y rico se pasó al México de los pobres. Contradicciones entre el discurso de los gobernantes y las medidas adoptadas pondrían a la luz la incongruencia en la política económica junto con las repercusiones que ésta tuvo desde el punto de vista político y social.

Dicha situación de hecho se vería reflejada con el manejo que se hizo del derecho a la información y de los constantes cambios e inestabilidad del Canal 13, como veremos más adelante.

Ahora bien, desde el punto de vista político José López Portillo se enfrentaba a lo que él llamó "crisis de credibilidad" de la población en sus gobernantes, por lo tanto se debía recuperarla para evitar

la continuación del deterioro moral. Justamente López Portillo trataba de utilizar los medios de difusión gubernamentales para recuperar esa confianza e impulsar su política económica y difundir sus mensajes, aunque las más de las veces se dio el fracaso por la falta de una política de comunicación social que le permitiera definir el "cómo" llevarla a cabo.

En este contexto, pues, se dan los primeros cambios en los diferentes organismos gubernamentales dedicados a la información y en dichas circunstancias Abel Quezada, reconocido caricaturista, es nombrado director de Canal 13.

El cambio de poderes implicaba, como es costumbre, modificaciones en los planes y formas de organización, por consecuencia la emisora estatal se vería envuelta en las modificaciones legislativas que López Portillo impulsaría.

El nuevo mandatario, entonces, inicia su período con la implementación de la Reforma Administrativa, la cual pretende reorganizar las actividades de los organismos integrantes del sector público, a fin de hacer más expedito su funcionamiento.

Con las modificaciones se buscaba, en el sector de los medios de difusión gubernamentales -entre ellos el cabalístico 13-, por un lado, centralizar y tener un mayor control de la información generada en las oficinas del gobierno; por otra parte se deseaba una reorientación en el manejo de la información: ahora los medios de difusión manejados por el sector oficial tendrían un uso más político que educativo. *

*Vid. "Política de Comunicación Social de J.L.P.", 2º capítulo de este trabajo, p. 14 y subsec.

Las nuevas disposiciones dan lugar a la creación de la Dirección General de Radio y Televisión (RTC), órgano que sustituye a la Comisión de Radiodifusión, subsecretaría de Radiodifusión y a la dirección de Información de la secretaría de Gobernación. Al frente de RTC queda Margarita López Portillo, hermana del presidente.

En estas circunstancias se inicia la administración de Abel Quezada al frente del 13, el 3 de diciembre de 1976. Un lego en materia televisiva, por tal motivo su nombramiento causó extrañeza, aunque más sorpresiva fue su renuncia una semana después, el 10 de diciembre.

Según las versiones extraoficiales su renuncia se debió a su discurso de toma de posesión, donde rompió las formas protocolarias y el buen comportamiento, contraviniendo las costumbres establecidas.

Ironía, jocosidad y locuacidad, características en Quezada, fueron el motivo de su salida. En su discurso de toma de posesión afirmaba:

"Ahora que el destino y el señor presidente José López Portillo me han puesto al frente de la televisora nacional, no resulta novedad que yo no sepa nada de televisión. Pero tengan la seguridad de que lograré mayor auditorio..."

"...Fuera de esta bromita (hizo alusión a que cuando construyeran el edificio de Canal 13 llegó con su hija y les dijo a los albañiles que esas serían sus oficinas) les aseguró que no volvería a dar el golpe para llegar a la dirección. Más bien me lo dieron a mí... Para terminar sólo quiero decirles... Yo creo en la gente. Mi idea del jefe no es del que manda sino la del que hace posibles las cosas... Ideológicamente soy anarquista. Entiendo la anarquía como el orden sin gobierno. Lo entiendo como un estado donde todos cumplen sin necesidad de ser forzados a ello". (19)

Fuera de las anécdotas y de su ironía Abel Quezada cometió 2 errores graves: el primero fue declararse ignorante de la actividad que le

ra encomendada; el segundo error fue declararse anarquista.

Resulta probable que al presidente y a los directivos de los medios de difusión oficiales no les hayan agradado los términos con que se expresó Quezada. Sin entrar en polémica sobre la capacidad o incapacidad del cartonista no es admisible que a una persona a quien se le asigna un puesto directivo se declare ignorante; en segunda instancia el anarquismo (orden sin gobierno, según Abel Quezada) no es una corriente con la cual comulguen quienes en ese entonces se encargaban de dirigir a nuestro país. Ahora bien, lo que se buscaba no era un anarquista sino quien corrigiera y pusiera en orden una institución que había empezado nuevamente a perder el rumbo.

De tal forma que sólo 7 días después de asumir el mando Abel-Quezada es removido de su puesto. No tuvo tiempo de hacer nada en la emisora.

4.5 MARIA DEL CARMEN MILLAN, ESTALLAMIENTO DE LA CRISIS

Abel Quezada fue sustituido por María del Carmen Millán, a partir del 17 de diciembre de 1976. El periodo de ésta, como veremos más adelante, se caracterizó por la comercialización de Canal 13, con ello se daba un giro de 180° en su orientación y los constantes enfrentamientos por imponer 2 proyectos antagónicos sobre cómo debía trabajar la televisora.

Carmen Millán, hasta un día antes de su nombramiento fungía como directora de Educación Audiovisual y Difusión, de la SEP. Era egresada de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM y doctora en Letras. Su curriculum la ubicaba como una intelectual con cierto reconocimiento, sin embargo su experiencia dentro de la industria televisiva era deficiente, si no es que nula.

El mismo día que toma posesión establece cuál debía ser la función de la emisora estatal. Para ella el 13 debía ser un canal informativo de servicio, difusión, cultura y entretenimiento; esas funciones -agregaba- no debían estar reñidas unas con otras. Además consideraba que no se buscaba una canal "que aburra o fastidie". (20)

A partir de aquí la sustituta de Quezada, de hecho, patentizaba su decisión de hacer rentable el canal, sobre todo por la grave situación financiera en que lo recibía (una deuda de 200 millones de pesos heredada por Pedrero).

Luego entonces, el primer problema a enfrentar era económico. Del presupuesto solicitado para 1977, informa Millán, sólo es autorizado el 58%, lo cual orillarà a comprar material de baja calidad. La insuficiencia de recursos se manifestaba en todos los departamentos

En ese entonces el acervo musical consistía en sólo 3 mil discos para musicalizar los programas. Esto hacía necesario que los productores de diversos programas tenían que trabajar con excesivas limitaciones.

A pesar de la gran cantidad de conflictos la directora es optimista y señala que "por lo pronto trataremos de encontrar un estilo especial siempre en busca de que la gente que ve televisión sepa lo que es bueno y, sobre todo, los que estamos en este negocio..."

Hasta marzo de 1977 no había una definición precisa del qué se pretendía y cómo lograrlo. Las alusiones sobre los objetivos del canal eran vagas e imprecisas. A pesar de ello y motivada por las circunstancias monetarias se hacen presentes las primeras medidas: en marzo de 1978 se inician los recortes de programas de alto costo por falta de presupuesto (sale, por ejemplo, "Esta noche con Fábregas"). Los cambios de personal también se inician: el 15 de marzo Guillermo Jordán sustituye a José Antonio Álvarez Lima en la Coordinación General de Noticieros, la cual tendría a su cargo todos los programas informativos de Canal 13. Guillermo Jordán se distinguiría por darle una nueva orientación a todo el material de carácter noticioso o informativo, esto reflejaría cambios de matiz en la orientación de Canal 13.*

Cuatro meses después se anuncia el fortalecimiento de su cuerpo de reporteros, teniendo como productor ejecutivo de los noticieros a Fernando Helguera Villa y la "vital producción creativa" de Luis de Llano Palmer. Éstos se encargaban de iniciar la "nueva producción de

*Guillermo Jordán, posteriormente, sería reconocido por el manejo de la información internacional, sobre todo por la serie de reportajes sobre la caída de Somoza y Centroamérica, además de los reportajes sobre "Las Malvinas".

noticieros de Canal 13" (Luis de Llano, como veremos más adelante, era un viejo lobo de mar de la televisión privada, llegó al canal oficial con González Pedrero. Este sería uno de los personajes que marcarían la administración de Marfa del Carmen Millán).

La televisora gubernamental pretendía una reorientación del espacio que dedicaba a la información, a pesar de que caía en contradicciones. Por un lado encarga esta labor a Luis de Llano y la conducción de "notitrece" queda a cargo de Servando González (con experiencia de más de 5 años en Televisa). Por otra parte permite el ingreso de informadores que poseen otro enfoque de cómo debe manejarse la información, como Martha de la Lama, periodista formada en los medios oficiales, entre ellos Canal 11.

La situación es que Canal 13 pretende modificar su estructura noticiosa y de hecho lo hace, además que aumenta el tiempo de programación de la barra informativa: en octubre de 1977 ya le dedica 3 horarios: matutino, vespertino y nocturno.

De otro lado, en julio del mismo año es anunciada una reestructuración de las barras de programación, entre ellas la infantil. Con dicha modificación ("La Canica Azul" se pretendía que el teleauditorio infantil recibiera mensajes que le ayudaran a "desarrollar la capacidad de imaginación y actitud reflexiva frente a los aspectos de la vida").(21)

Con "Bozo", el payaso de los niños, se buscaba desarrollar esa "capacidad de imaginación". Por nueva cuenta dentro de los cambios se pretendía continuar con la línea de la televisión privada.

Desde luego, hubo modificaciones que sí resultaron ser acertadas, a pesar de las fallas propias de adaptación. Tenemos el caso de "La novela Semanal", obras literarias elaboradas en series de 5 programas. aquí la limitante era el tiempo pues en 5 horas (una por día) no se explotaba la esencia de los textos literarios, lo cual constantemente

llevaba a la mutilación de las obras con el respectivo detrimento en su calidad. Sin embargo el enfoque que se pretendía imprimir a la programación era otro y eso era lo más significativo.

Si vamos a la programación de 1977 tenemos que importantes tele-series invaden la pantalla oficial ("Hombrecito, hombre pobre"); Canal 13 difundiría, a partir de abril, los eventos del INBA y aportaría a la semana tres horas de estudio, incluyendo equipo técnico y personal para la producción de mensajes cortos a fin de promover las actividades de Bellas Artes (convenio INBA-Canal13). Los teleteatros también se integraron.

El característico estilo de 13 incluía a escritores como Ricardo Garibay ("Con el libro en la mano"), programa donde analizaba y comentaba las obras más importantes de la literatura universal. Con esta programación -según las inserciones pagadas por Canal 13 en la prensa- se cumplía una necesidad cultural para los televidentes del país.

Como un dato al margen es importante destacar que para el 22 de julio de 1977 se pone en marcha la tercera etapa de expansión del canal oficial (iniciadas las dos anteriores con González Pedrero), con la construcción de una repetidora en el estado de Durango así como su expansión por otros estados del noreste del país. Con esa ampliación se pretendía llegar a más de 5 millones de telehogares, equivalentes a más de 27 millones de habitantes. (22)

La televisora oficial, empero, caía en la dispersión y en los golpes bajos. Golpes que no se conocían hasta septiembre de ese año. Los encargados de la producción y administración pretendían ganar terreno, el cobrar presencia en pantalla o en los periódicos era una forma de hacerlo.

Frente a las pugnas internas, desconocidas, Carlos Alazraki (otro de los protagonistas de la lucha por imponer su programación), subgerente de Programación, se adelantaba a enfrentar las críticas que se hacían a los cambios de programación.

En cuanto a los programas de la televisora gubernamental éste señalaba que pretendían complementar y estimular al individuo para que incrementara tales conocimientos. Por otra parte precisaba que las series infantiles, en contra de lo que se creía, no eran didácticas, pues dicha actividad la realizaba la escuela. En su alusión resaltaba también que la función de Canal 13 debía contribuir a acrecentar en el televidente sus conocimientos. Por lo tanto concluía que en el Canal 13 no se harían experimentos de una manera dispersa. Las diversas programaciones estaban fundamentadas y de acuerdo con un sistema perfectamente organizado. (23)

No es casual que constantemente aparecieran inserciones pagadas de los diferentes grupos que luchaban al interior del canal. Con el paso del tiempo esos conflictos tenderían a agravarse, dando como resultado los enfrentamientos y la inestabilidad de la emisora oficial. Las confrontaciones se derivaban de la falta de orientación y de la incapacidad para poner orden y esto explicaría, después, los cambios constantes y la anarquía imperante.

Las declaraciones de Alazraki - miembro del equipo de Luis de Llano Macedo - de hecho contradecían muchas de las prácticas que se daban con la programación. de hecho éste siempre estuvo por la comercialización, antes que hacer una televisión de beneficio social.

Ahora bien, Marfa del Carmen Millán desde el inicio de su gestión propugnó por la explotación comercial de la televisora, y esto lo prueba la lucha entre Televisa y Canal 13 por lograr los derechos

del mundial, el cual representaba ingresos económicos considerables. Además, Carmen Millán buscó apoyarse de la barra de deportes para atraer auditorio y, por consecuencia, patrocinadores que también podrían contribuir para sanear las finanzas.

A pesar de que había modificaciones importantes (cambios de programación, más tiempo al espacio noticioso etc...) una tónica empezó a distinguir al canal: a las declaraciones de hacer una televisión de servicio social se imponía la comercialización y la búsqueda de clientes para la venta de espacios en pantalla. El número de mensajes publicitarios por hora de programación comienza a tener incrementos notables; de tal suerte que a estas alturas, agosto de 1977, ya se manifiesta con hechos el aumento de la comercialización.

La disparidad de la programación reflejaba también la pugna abierta de los 2 grupos que contendían: unos por conseguir el ingreso de recursos económicos en base a la comercialización y otros por darle a la programación un enfoque de carácter social y de beneficio al televidente, dejando en un segundo término la adquisición de ganancias.

4.5.1 LUIS DE LLANO VS PABLO MARENTES: INCAPACIDAD DE
MARIA DEL CARMEN MILLAN

Frente al grupo encabezado por Luis de Llano, encargado de la producción, se encontraba Pablo Marentes, promotor de una televisión de beneficio social. Este hacía esfuerzos por evitar la comercialización de la televisora oficial. Aprovechando la presentación del licenciado Francisco Hinojosa Sánchez, como coordinador general de Ventas, exhortó al equipo de ventas del canal para reforzar aquellas actividades que permitieran obtener patrocinios y exclusividad para la programación de la emisora gubernamental. De hecho era la manifestación de la lucha para contrarrestar el terreno que había ganado su oponente. A partir de aquí la lucha se agudizaría. Al final de su intervención Pablo Marentes enfatizó que Canal 13 no fue creada para realizar "ventas duras" y "cumpliremos ampliamente los objetivos de servicios, información, difusión de la cultura y entretenimiento". (24)

Marentes salió al frente como una medida política para frenar la comercialización y redefinir la política de ventas del tiempo de pantalla. Sin embargo los problemas ya estaban a flor de piel.

2 días antes, el 4 de julio, recibe una carta del sindicato de la televisora, firmada por los secretarios General y del Trabajo, senador Rafael Camacho Guzmán y Nezahualcóyotl de la Vega, respectivamente. En dicha carta solicitan que "...de una vez por todas se corrijan una serie de irregularidades que se han venido suscitando, en contra de la economía de los trabajadores del canal (desplazamiento de empleados) pues hay personal que realiza labores de Directores de Cámaras y cobran honorarios por cantidades que resultan insignificantes en comparación con los salarios asignados a la misma especialidad en el Contrato Colectivo, otros que se dicen ASISTENTES DE PRODUCCION, que se supone

asesoran a los Directores de Cámaras... y que cobran honorarios que encarecen la producción en mayor grado... Canal 13 no debe ser motivo de 'botfn' para unos y falta de trabajo para otros con el pretexto del "talento". No podemos permitir que Canal 13 sea el recurso final de algunas personas que desplazando a los trabajadores, hacen de la fuente de trabajo su negocio personal..." (25)

Es decir, a los problemas de organización interna, se sumaban las dificultades laborales y el manejo inadecuado de los recursos económicos, situación que vino a desbordarse con la lucha entre los grupos antagónicos encabezados por Luis de Elano y Pablo Marentes, subdirectores de Producción y Administración y Finanzas, respectivamente.

La indefinición e incapacidad de María del Carmen Millán cobró su punto más candente con la lucha abierta entre estos dos personajes. De hecho esta pugna dio luz sobre el estado en que se encontraba el canal oficial. ¿Quiénes eran los que buscaban la controlar la orientación del canal? ¿qué perseguía cada uno de ellos?

Por principio de cuentas tenemos que Pablo Marentes tenía amplia experiencia dentro del medio televisivo, su formación estaba fincada, sobre todo, en los medios de difusión gubernamentales. Para éste la televisora estatal debía dar prioridad a la "información, difusión cultura", servicios y entretenimiento". Canal 13, por lo tanto, debería de cumplir una función distinta a la de la televisión comercial, crear su propia imagen institucional y no caer en la lucha con la televisión privada" porque su interés era ofrecer un servicio público.(26)

Ahora bien, Luis de Llano fincaba su experiencia en el campo de los medios de difusión comerciales. Por su calidad de excombatiente (33 meses) de la guerra civil española, llegó al país como refugiado político; en menos de medio año ingresaba a la XEQ como libretista del "Monje Loco", a él se debe la creación de "La doctora corazón" y en su haber también se incluye la dirección de casi todas las telenovelas realizadas en 22 años.

Por consecuencia, la visión de Luis de Llano sobre lo que debía ser el Canal 13 chocaba con el enfoque de Pablo Marentes. Aquél sostenía que la televisión debía de ser un medio de distracción y entretenimiento, fundamentalmente. El canal oficial, entonces debía de competir con la televisión comercial a través de una "guerra de guerrillas". Según Luis de Llano la televisión oficial también debía comercializarse con "discreción... con buen gusto... con dignidad o se convierte en un circuito cerrado que sólo vean los amigos de los amigos de los amigos". (27)

Para evitar la comercialización excesiva proponía:

- a) Selección de anunciantes con "preferencia de las entidades del Estado".
- b) Reducción de anuncios por corte y producir en el mismo canal los anuncios para que tengan "buen gusto", "arte si es posible, y es posible", afirmaba.

El subdirector de Producción consideraba que Canal 13 únicamente debía llenar el espacio dejado por la televisión comercial, sobre todo pensando que se caminaba rodeado de ésta. Por lo tanto, concluye, nosotros encontramos el camino: "...pudimos hacer televisión de Estado que difunda cultura y divierta".

Hasta aquí queda definida cuál era la orientación pretendida por Luis de Llano y Marentes. Sin embargo es menester dar una visión retrospectiva a fin de explicar objetivamente el desarrollo del canal

oficial pues el conflicto tenfa también otras causas.

4.5.2 PABLO MARENTES Y LA REORIENTACION DEL 13

Para el subdirector de Administración y Finanzas los orígenes de la pugna se remontan a la situación económica del canal en 1976: había una deuda de 200 millones de pesos y no había para pagar sueldos atrasados, ello determinó que los funcionarios de la secretaría de Hacienda otorgaran un préstamo por 20 millones de pesos a liquidarse en 90 días, improporables.

Con la precaria situación económica, señala Marentes, se descubren las irregularidades administrativas: exceso de personal free lancers y sindicalizado; fuga de dinero por pago excesivo a los primeros; ausencia absoluta de control administrativo de gastos de operación y producción; los comerciales no estaban debidamente supervisados, algunos funcionarios incluían "spots" y los cobraban por su cuenta; las llamadas telefónicas a larga distancia no estaban controladas y se hacía un mal uso de este servicio; el dinero de la "caja chica" en muchas ocasiones se utilizaba para hacer préstamos personales a crédito. En una palabra, el desorden era total en todas las áreas.

Ante dicha situación Pablo Marentes decide instrumentar medidas para frenar las irregularidades. En primer lugar ordena un inventario de materiales, pues no se sabía con qué recursos materiales se contaba; manda colocar candados en los teléfonos; dicta memorándums para especificar obligaciones y funciones de cada uno de los directivos del canal. En síntesis, establece sistemas de control y vigilancia para dar un uso racional a los recursos económicos, materiales y humanos. Por otra parte también se decide hacer autosuficiente a la emisora con la venta del tiempo de pantalla. Con ese objetivo también fue creada la Coordinación General de Ventas, para terminar con la anarquía en el manejo de

los anuncios comerciales y en la programación del 13, a través de 2 gerencias se aplicaría el nuevo sistema comercial. En el fondo el objetivo era "buscar que los anuncios comerciales y la publicidad transmitida por la emisora tuvieran un contenido acorde con (su) orientación política". (28)

La orientación administrativa, dictada en junio de 1977, tuvo sus repercusiones inmediatas. A partir de aquí los choques y enfrentamientos de Marentes y de Llano se hacen manifiestos, en la medida en que las disposiciones lesionaban al segundo, pues le restaban control.

Como los recursos fueron controlados y de Llano reclamaba a Marentes su desacuerdo ya que él, como subdirector de Producción, era "la imagen del Canal 13" y no debían escatimarse recursos para cumplir su función (se había vuelto costumbre que Luis de Llano manejara los ingresos y el personal a su antojo). Como el subdirector Administrativo no cedía de Llano Macedo se dirigía autónomamente, saltándose instancias a pesar que la reestructuración administrativa (sobre todo con la creación de la Coordinación General de Ventas) le restaba el control a la transmisión de comerciales. Por consecuencia, tres fueron las medidas que propiciaron los choques: la reorganización administrativa; la creación de la Coordinación de Ventas y la reorientación de la programación.

La prepotencia del subdirector de Programación se dejaba sentir: 3 meses después de la aprobación de María del Carmen Millán de los acuerdos para la reordenación de la televisora estatal Luis de Llano se negaba a hacerlos cumplir, lo cual propició que Luis Alfredo Salama Robles, gerente general de Compras y Controles, dirigiera un memorándum a la directora general para hacerle saber que a tres meses de las modificaciones ordenadas para instaurar los sistemas de control de co-

merciales los propósitos no se habían cumplido pues el subdirector de Programación, de Llano, se negaba a colaborar. Los enfrentamientos, a pesar de todo, siguieron dándose por la carencia de una definición "real" de los objetivos de la televisora.

4.5.3 LA JUSTIFICACION DE LUIS DE LLANO PALMER

En descargo Luis de Llano rechazaba ser el promotor de la comercialización: "Soy el autor de la programación de Canal 13, pero siempre la puse -con 4 semanas de anticipación- a consideración de quien fuera director del canal..." No obstante reconoce que se recomendó la comercialización "para que (el canal 13) no fuera una carga demasiado pesada para el Estado..." (29)

Sobre su indisciplina por negarse a obedecer las medidas de reestructuración nada dice, del manejo de los comerciales tampoco. Su parámetro para medir los resultados en la programación se finca en los ingresos económicos: "...en 6 meses Canal 13 facturó 85 millones; en igual periodo de 1976 vendió 35 millones. Además, agrega, los anunciantes buscaban un espacio en los horarios de canal para pretender influir en su orientación".

Por consecuencia, concluye, hoy (1977) la programación de Canal 13 es digna, tiene una variedad artística que no han logrado las televisoras de Estado en otros países "y que además permite ingresos". A lo largo de su periodo como subgerente de Producción resume que se pusieron en pantalla "270 obras de teatro y 300 cuentos de autores mexicanos... Textos de grandes autores internacionales entre los que citó a Shakespeare, Moliere, Víctor Hugo, Wilde. Programas periodísticos como las entrevistas a Richard Nixon y a Fidel Castro. Programas mu-

sicales como el de Mercedes Sosa o el de Alfredo Zitarrosa"etc..., (30)

4.5.3.1 "GUERRA DE GUERRILLAS"

La programación impulsada por de Llano tuvo como objetivo ganar auditorio a partir de una estrategia llamada "guerra de guerrillas", consistente en cambios sorpresivos en el horario de la programación para "atacar" los programas del monopolio comercial... según el encargado de la programación, de Llano Macedo, siempre tuvo "la bendición de los directores del canal" y esto fue lo que le permitió a Canal 13 figurar en el mapa, competir con la televisión comercial, alcanzar un rating de 8 a 10 puntos.

De lo anterior se desprenden 2 cuestiones: por un lado la postura del subdirector de Producción se antepone a la orientación de Marentes. Mientras para el primero lo esencial era competir con la televisión privada, el segundo sostenía que las preocupaciones del canal oficial debían estar alejadas de una lucha frontal por los sitios del rating y por crear, al contrario, su propia imagen. De otro lado tenemos que la llamada "guerra de guerrillas" era producto -según palabras del mismo Marentes- más de la ausencia de una política coherente. Al no existir ésta, precisa Pablo Marentes, ocurría frecuentemente que el auditorio de Canal 13 se desorientara con los horarios de las transmisiones ya que mientras los horarios publicados en los periódicos indicaban determinado programa en la realidad se pasaba otro diferente.

De hecho la pugna Marentes-de Llano ponen de manifiesto la imprecisión de los objetivos que eran pregonados por Marfa del Carmen Millán y demuestran la indefinición y las contradicciones internas, lo cual echaba por la borda la supuesta orientación social que debía tener Canal 13 y, además, patentizaba la incapacidad de su directora por impulsar un proyecto propio, alejado de un interés meramente comercialista.

4.5.3.2 JOE COCKER, LA MANZANA DE LA DISCORDIA

La indisciplina, la lucha antagónica -ya abierta-, llegó a su desenlace. El motivo, ahora, fue el desacuerdo sobre la filmación de un concierto de rock que daría Joe Cocker en el Toreo de Cuatro Caminos. El evento no fue autorizado por Pablo Marentes porque propiciaría "maniobras irregulares", además por el costo elevado y la poca probabilidad de recuperar la inversión.

A pesar de ello Luis de Llano ~~Palmer~~ insistió en su realización (su hijo, Luis de Llano ~~Palmer~~, era uno de los promotores del evento), pero la respuesta de Marentes fue cancelar definitivamente la grabación. Acto seguido, el subdirector de Administración y Finanzas ordena a los vigilantes del canal no dejar salir ningún equipo.

El festival de rock terminó en violencia y hubo detenciones. Como la organización del evento se adjudicaba a Canal 13, en boletín de prensa Pablo Marentes desmiente la versión y aclara que la televisora "jamás será promotor de espectáculos que no considere adecuados para el televidente, mucho menos que se forme una imagen negativa de lo que estamos realizando". (31)

El hecho trascendió y Miguel Angel Granados Chapa, en la revista "Siempre", tácitamente deja entrever que el grupo encabezado por Luis de Llano trataba de imponer los criterios de la televisión privada. Según de Llano, Xavier Labrada (gerente de Programación) y Carlos Alazraki (asesor de Producción), el artículo de Granados Chapa se debe a las influencias de Pablo Marentes con éste.

Por último Luis de Llano, Labrada y Alazraki, molestos por las 2 informaciones periodísticas, acuden con Marentes para exigir una explicación. Como el subdirector de Administración no estaba se presen-

taron en la oficina del jefe de Información y Relaciones Públicas, Rafael Enríquez Lizaloe, colaborador de Pablo Marentes, al cual reclamaron airadamente quien responde en los mismos términos.

Como resultado, los involucrados presentan su renuncia. Después de un "impase" Luis de Llano es liquidado por 700 mil pesos y luego le dan la dirección de PRONARTE. Pablo Marentes, por su parte, de momento queda en una situación indefinida para luego asumir la dirección de Canal 11.

Para Luis de Llano el fondo del conflicto estriba en que el gobierno designa a sus funcionarios con criterio político y no por sus aptitudes: "...no conocen televisión...cuando estos funcionarios llegan tantean el terreno, echan a perder y aprenden. Pero cuando empiezan a dominar la tierra de conquista, una nueva designación los pone fuera y el ciclo se inicia una vez más". Por consecuencia, concluye, "los políticos en la televisión de Estado cuidan más, en ocasiones, su imagen personal que la del propio canal".

Por su parte Carlos Alazraki, asesor de producción, finalmente sostiene que la lucha registrada en el seno de la emisora oficial se origina por su creciente "importancia política y administrativa", además que las deficiencias de la televisora se deben a que en varios puestos directivos han sido designados políticos que "quizá también pudieron haber sido mandados a Guanos y Fertilizantes".

Pablo Marentes, la contraparte, concluye que en realidad el núcleo del problema fue la afectación de "intereses creados" a Luis de Llano y la confrontación de 2 orientaciones para hacer televisión. Más que una lucha por el poder se registró una pugna por la orientación y el contenido de la programación.

El panorama general desarrollado hasta el momento nos lleva a afirmar que la anarquía del canal gubernamental no sólo obedece a

los problemas internos. De hecho -y Marentes lo reconoce- se adolecía de una política estatal que permitiera orientar la actividad de sus medios de difusión.

Luego entonces, en este momento podemos establecer un parangón entre las medidas dictadas por el régimen de López Portillo en cuanto a su política de comunicación social, sobre todo la orientación que se da en los primeros nueve meses de gobierno al derecho a la información y el rumbo que se le dio al Canal 13.

El derecho a la información, como señalamos en el capítulo anterior, estuvo latente, se tenía la "firme intención" de legislarlo. Todas las manifestaciones del presidente, funcionarios y miembros del partido en el poder pugnaban por su legislación, sin embargo las contradicciones fueron muchas. Una situación similar se presentaba en el Canal 13: las declaraciones eran a favor de hacer una televisión diferente a la comercial, mas en la práctica se hacía lo contrario: Marentes trataba de impulsar su proyecto y de ganar terreno. Luis de Llano, al frente de la programación, hacía lo contrario y de hecho logró imponer su estilo hasta que salió.

El problema central es y seguirá siendo, justamente, conseguir la congruencia entre el qué se pretende en el terreno de la difusión gubernamental y cómo lograrlo. Con Marfa del Carmen Millán los hechos rebasaron las declaraciones y ponían de manifiesto la imprecisión y las contradicciones.

4.5.4 NUEVOS CAMBIOS EN EL CABALISTICO 13

Después de la salida de Luis de Llano y de Pablo Marentes la emisora estatal entra en un vacío. La indefinición y la incertidumbre persisten y no sería sino hasta principios de noviembre cuando se corre el rumor de que Armando Cuspínera sustituiría a Luis de Llano en la subdirección de Producción, la versión se confirmaría oficialmente hasta el 7 de noviembre, dos meses después de que el Canal 13 se encontraba descabezado.

De acuerdo a las informaciones periódicas Armando Cuspínera pasaría a ocupar la gerencia general de Producción, hasta el 6 de noviembre era director de Difusión y Relaciones Públicas de Bellas Artes. En ese momento también es nombrado Roberto Suárez Arguello, en la gerencia general de Programación.

Cuspínera, por su parte, había colaborado un año con Luis de Llano Macedo ; fue el primer director de Cámaras de canal 8, durante 10 años gerente de Producción de Canal 11 y de 1973 a 1974 estuvo en la gerencia de producción de Canal 13.

Con el ascenso de Armando Cuspínera se confirman los problemas del canal oficial. Este reconoce que la televisión mexicana copió sistemas de producción que le resultaron ajenos... todo se hizo con excesiva improvisación. Hay que frenar dicha fórmula. Por último señala que no se trata de hacer tantas horas de televisión, sino pocas pero buenas. (32)

En este sentido el gerente de Producción pretendía lograr una imagen "más definida", con más información y noticias con interpretación de los hechos, la cultura etc., pues "la función de Canal 13

debe estar en niveles de calidad y esto se puede lograr mediante la producción de buenos programas teatrales, musicales, controles remotos y buena información. No se trata de competir con la televisión comercial en su propio terreno. En el terreno comercial la televisión estatal no tiene nada que hacer... se necesita una continuidad de estilos y de pretensión artística..." (33)

Además consideraba que la televisora no debía pretender la comercialización. En determinado momento, argumentaba Cuspinera, se puede transmitir el mismo programa de las emisoras comerciales, sólo que la intención es otra, "se debe buscar la colocación de programas en su marco cultural, no pretender vender nada y esa es ya una diferencia muy grande".

Empero el cumplimiento de los objetivos no era tan sencillo, los problemas económicos eran su principal problema. El gobierno de López Portillo de hecho se negaba a seguir subsidiándolo. La salida más viable, entonces, era la comercialización y ese fue el camino que se siguió a pesar de los propósitos de Cuspinera.

Ahora bien, todo nos parece indicar que a Marfa del Carmen Millán le interesaba la rentabilidad del canal, pero no tenía bien clarificado hasta dónde podía ser adecuada la comercialización, de hecho era el resultado de su inexperiencia en el área.

El caos y la incertidumbre persistió a pesar de que había funcionarios como Armando Cuspinera, o en su momento Marentes que sabían a donde querían llegar, pero se debían sacrificar parte de los ingresos económicos para no permitir la excesiva comercialización; no se quiso adoptar esta medida y el costo, a largo plazo, fue más alto.

A juicio personal los cambios en el canal 13 debían ser progresivos, pero éstos implicaban el sacrificio económico. La televisora gubernamental no tiene ni tenía otra alternativa si pretendía hacer una televisión fuera de los marcos de la comercial. El hecho de optar por el llamado "saneamiento de las finanzas" es lo que finalmente llevó al Canal 13 a la pérdida de su imagen y a su identificación con Televisa.

El canal del Ajusco llega al fin de 1977 con nuevos cambios e inestabilidad interna pues la subgerencia de Administración y Finanzas, puesto dejado por Marentes*, permaneció vacante 3 meses hasta que en diciembre de este año se reestructura el organigrama, lo cual trae como resultado que la subgerencia de Administración es sustituida por la gerencia general de Administración y queda en el cargo Juan Saldaña Rosell, exdirector de Canal 11. A pesar de los esfuerzos por reordenar las actividades y reorientar la programación del canal los aciertos eran pocos. Hasta octubre de 1978, cuando sale Carmen Millán, se recobra una estabilidad relativa; la salida de los grupos en pugna y la supuesta reordenación permiten ese momento de calma.

Con las remociones se tenían la intención, aparente, de reorientar las actividades de la televisora pero los intentos fueron más bien fallidos porque no se podía cambiar la orientación del 13 si antes no se reducía su comercialización, no era posible hacer una su-

*En diciembre de 1977 Marentes ya era director de Canal 11. Ahora bien, según Miguel Angel Granados Chapa, Saldaña Rosell, como exdirector de Canal 11 tuvo un paso trascendente porque en un año aumentó el auditorio e impulsó programas independientes, con calidad y libertad.

puesta televisión de servicio social con los mismos esquemas de la industria televisiva mercantil. De ahí que a pesar de que el cuerpo directivo se reforzaba con funcionarios con amplio reconocimiento las más de las veces fracasaban.

Resulta significativo señalar que en 1978 Televisa se comenzaba a preocupar por la programación del canal estatal por el número de horas que ya -en 1978- dedica para "salir al aire". Es probable que esto se haya debido a la "apertura de una programación más atractiva para un mayor número de televidentes, pero de menor contenido cultural".(34) Ello implicaba, por consecuencia, su comercialización.

Vemos que si bien el Canal 13 no producía el mismo número de horas que Canal 5 ya tenía un promedio de 11 horas 13 minutos diarios de producción, ocupando el 5° de 6° lugares, después de canal 8 y antes del 11. El 5 producía 17 horas 18 minutos y el 11, 10 horas 28 minutos. (35) Dicha competencia se veía reflejada en el área informativa, frente a la ampliación de noticieros de Canal 13 Televisa le antepone los suyos ("Antena 5" y "En contacto Directo").

En el terreno del fútbol también se da la contienda. La prueba más palpable fue la lucha por lograr los derechos para transmitir el encuentro Stuttgart-México. El 13 obtiene los derechos y la Federación Mexicana de Fútbol presiona diciendo que si Televisa no transmite el partido el equipo mexicano se negaría a jugar; por último Canal 13 transmite pero no se le da cabina ni audio en el estadio alemán.

Del mundial de Argentina Televisa difundiría "todos los encuentros, Canal 13 sólo 29. A tal situación llegan lo enfrentamientos que Juan Saldaña Rosell se ve en la necesidad de señalar que la televisión privada no sólo ejerce mayor control del tiempo, sino que dispone de las microondas -propiedad de la nación- para boicotear al canal

televisivo del Estado..." (36)

El problema real estribaba en que el gobierno daba y ha dado mayor importancia a Televisa y deja de lado a sus propios medios de difusión, las evidencias sobran: en 1977 la única entrevista exclusiva que concede López Portillo es a Televisa, la gira presidencial a la URSS y Bulgaria sólo es difundida por el consorcio televisivo. A lo más que se ha llegado es a "repartir equitativamente" los eventos oficiales, pero la supremacía ha sido para Televisa. Esto es por no seguir haciendo un recuento de los eventos en que constantemente son desplazados los periodistas de los medios oficiales por los de la radio y televisión comerciales.

Los hechos demuestran, entonces, que al gobierno no le ha importado apoyarse en sus propios medios, más bien ha llevado a cabo una política de "buena vecindad" con los concesionarios, explotando la amplia cobertura adquirida en largos años de experiencia y restándole (al Canal 13) la importancia que debería tener. Por otro lado vemos que la competencia en que entraron Televisa y la emisora gubernamental llevaron a ésta a una excesiva comercialización en detrimento de sus contenidos. La preocupación de los concesionarios por reorientar su programación para reconquistar el público perdido lo prueban.

La competencia entre Televisa y Canal 13 junto con el relego de éste de los eventos oficiales evidencia los antagonismos en que cayeron los funcionarios y explican la carencia de un proyecto orientador de las actividades de los diversos organismos de difusión gubernamentales.

En este contexto llega 1978 y, luego de persistentes rumores, se da a conocer la renuncia de Carmen Millán, situación que llevó por nueva cuenta a la anarquía e inestabilidad. Extraoficialmente se de-

cfa que la doctora Millán habfa solicitado su renuncia, la cual no fue aceptada porque no habfa sustituto. Sin embargo el 16 de octubre de 1978 se darfa el cambio por Raúl Cardiel Reyes.

4.5.5 LOS RESULTADOS DE LA ADMINISTRACION DE CARMEN MILLAN

Es importante hacer algunas precisiones sobre el periodo de Marfa del Carmen Millán, lo cual nos permita explicar la problemática de la emisora gubernamental.

De los 22 meses que duró en el cargo (diciembre de 1976 a octubre de 1978) la administración de aquella se caracterizó por el ingreso definitivo a la comercialización del canal, a pesar de las pretensiones de hacer una televisión de servicio social. Es incuestionable la existencia de cambios en la programación (teleteatros, telenovelas, series importadas de buena calidad etc...) pero también se inundó de programación similar a la de televisa: al programa de "Fiebre del sábado por el 2" se le anteponía su similar por el 13, el travoltismo era igualmente impulsado por Televisa que por la televisora oficial. A la saturación del futbol soccer en el Azteca el Canal 13 se suma con el convenio para transmitir todos los partidos del equipo UNAM (3-VII-1977). Lo mismo pasó con el futbol americano. Medidas que tenían la finalidad de ganar auditorio.

El egreso de los recursos económicos también era alto pues con Carmen Millán se adquirieron derechos para transmitir programas como "Los Muppets", los especiales de Bing Crosby, Duke Ellington y otros. Los programas espectaculares, como en los del 13, volvían a cobrar presencia, pero la espectacularidad tenía un alto costo económico. Como vemos la programación del canal del Ajusco incluía ya

gran cantidad de programas que servían de "ganchos" para atraer público y lo que interesaba era más su valor comercial que el educativo o cultural.

Por otro lado se tiene que aunque el Canal 13 con insistencia era relegado de los eventos oficiales también se le utilizó como un medio para legitimar e impulsar la política petrolera de López Portillo ("Pemex y su gasoducto", Jorge Saldaña en jurado popular). Igualmente se utilizaba la pantalla del Ajusco para difundir y mejorar la imagen moralizadora del gobierno. Canal 13, entonces, fue el escape para demostrar la culpabilidad de Félix Barra García, Alfredo Ríos Camarena y Félix Méndez Docurro, entre otros (todos detenidos por acciones fraudulentas en el periodo echeverrista).

Los buenos propósitos de la doctora Millán se vieron por tierra porque su visión encerraba una contradicción esencial: no era posible hacer rentable al canal "inmediatamente" y dar una orientación no comercial a la programación. Lograr las dos cosas al mismo tiempo en un plazo inmediato era imposible prácticamente. De este antagonismo se derivan otros que ya señalamos, una de sus manifestaciones más concretas se vio cristalizada en la lucha librada por Luis de Llano y Marentes.

Sin embargo, también deben considerarse las pugnas que se daban entre diversos funcionarios que tenían alguna ingerencia en la emisora oficial (varios secretarios de Estado tenían capacidad decisoria sobre las actividades del 13), los cuales trataban de imponer su criterio y ganar posiciones en el terreno político*, ello propiciaba que

*En múltiples ocasiones fue señalado que diversos secretarios trataban de utilizar al canal para que se difundiera información de su particular interés. Por la importancia política de la emisora esto les significaba cobrar presencia a través de los medios de difusión oficiales. Pablo Marentes así lo reconocía luego.

el director del canal finalmente careciera de un "poder real" para llevar a cabo sus planes.

Si a lo anterior sumamos la carencia de una política oficial de comunicación social el desastre es más que previsible y las consecuencias fueron más que lamentables.

4.6 EL PASO FUGAZ DE RAUL CARDIEL REYES

Después de que se daban traspiés sobre la salida de Marfa del Carmen Millán, la remoción oficial no sería sino hasta el 16 de noviembre de 1978. Un día después es nombrado Raúl Cardiel Reyes como nuevo director del Canal 13.

Las causas de la renuncia nunca son señaladas, las virtudes de la doctora Millán es lo que se destaca. Tal pareciera que en la televisora de periférico sur no había problemas. Las versiones periodísticas se limitaban a señalar el acuerdo del secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, y de Margarita López Portillo, directora de RTC, para dar posesión a Cardiel Reyes. La ironía no podía faltar pues -decía el boletín- los cambios deben interpretarse en el contexto de las tareas programáticas que en materia de comunicación se ha fijado (SIC) el Gobierno Federal... (37)

Raúl Cardiel Reyes tenía un amplio currículum en el área académica: abogado, egresado de la Universidad de S.L.P., con publicaciones sobre filosofía y estudios de posgrado en Inglaterra, fundador de la ANUIES, fue secretario particular de Víctor Bravo Ahuja (ex-secretario de Educación Pública de Luis Echeverría Álvarez). Empero, su formación refleja su nula participación en el sector televisivo, lo cual implicaba la falta de experiencia.

A 12 días de tomar posesión Cardiel Reyes da a conocer su plan de trabajo con la meta de hacer un canal informativo y cultural, bajo el entendido de que "...impartir cultura no quiere decir que sea aburrido... (se programarán) diversión y entretenimiento...". Desde luego, precisa Cardiel Reyes, Canal 13 no sería complemento de la televisión comercial pues tiene una función completamente distinta.

Su proyecto abarca cuatro campos:

a) Canal 13 ampliará los programas producidos en sus estudios de televisión lo cual implica más empleo... Actualmente (se) tienen 71 horas... 41 horas se producen en sus estudios y se planea aumentar la producción.

b) Se estudia la producción de programas especiales para transmitirse en E.U. dirigidos a los chicanos, con el objetivo de que se integren a nuestro país...

c) Se irá sustituyendo la publicidad comercial por la oficial y

d) Entrarán en servicio nuevas repetidoras en el interior del país, en el siguiente orden: Puebla, Torreón, Baja California, Monterrey, Zacatecas, Jalisco y Chihuahua. (38)

Apenas iba a poner en práctica sus planes cuando se da a conocer su renuncia. Los funcionarios encargados de los medios de difusión nada saben sobre sus causas, pero los rumores adjudicaban la dimisión a la imposibilidad de manejar el canal por "los desacuerdos sobre la verdadera naturaleza de su tarea"

Sobre la gestión de Carmen Millán asentábamos que, entre otros problemas, se le enfrentaban adversidades porque en la práctica -debido a la estructura orgánica de la emisora- carecía de un "poder real" el cual le permitiera cumplir sus objetivos.

Esta situación se repite con Raúl Cardiel Reyes y, según los pocos datos existentes sobre su periodo, es el motivo de su renuncia. Miguel Angel Granados Chapa en su columna "Plaza Pública" sugiere esta explicación: "... la peculiaridad de la situación administrativa muchas decisiones del director general, incluidos los nombramientos de altos funcionarios que debían secundarlo en su tarea, quedaban condicionados a factores externos fuera del alcance del propio di-

rector general. Este quedaba reducido... a quien tiene la responsabilidad pero no la autoridad, pues ésta se le regatea o se reparte en instancias que le son ajenas..." (39)

A las dificultades internas se sumaba otra que, en última instancia, iba a dificultar el desarrollo de la emisora del Ajusco. Los nombramientos impuestos al director y su falta de poder serían la manifestación de las fuerzas que se imponían por sobre todas las cosas y aun a pesar del desarrollo de ésta.

Raúl Cardiel Reyes quedaba fuera de la jugada y a menos de 2 años de iniciado el sexenio, el Canal 13 se había encargado de estrenar 3 directores y mandarlos a la banca.

No es casual que los cambios se dieran en diversos organismos relacionados con la difusión gubernamental, la Coordinación General de Comunicación Social también se anotaba varios triunfos pues por su dirección general ya también habían desfilado diversos funcionarios, tal y como lo señalamos en el capítulo anterior.

La anarquía imperante en la emisora del Ajusco entonces, no sería más que un reflejo de las inconsecuencias y contradicciones en que caían los encargados de la mal llamada política de comunicación social.

4.7 ALEJANDRO PALMA ARGUELLES Y LOS AMIGOS DE TELEVISIA

Los constantes cambios de director en el "canal del pueblo" habíase vuelto una práctica común. En un periodo de 2 años Palma Arguelles se convertía en el cuarto encargado de dirigirlo sustituyendo a Raúl Cardiel Reyes a partir del 16 de noviembre de 1978.

Alejandro Palma Arguelles había trabajado en la televisión privada. En el efímero paso de Abel Quezada ocupó, asimismo, la subdirección de Administración y Finanzas. Hasta antes de su designación era Contralor de PRONARTE (con Luis de Llano Palmer) y colaborador cercano de Margarita López Portillo, directora de RTC.

Al darle posesión, por acuerdo de Jesús Reyes Heróles, secretario de Gobernación, y de Margarita López Portillo, ésta declara que: "Con el nombramiento del Lic. Palma Arguelles... se responderá a las finalidades de información, orientación y recreación que dignifiquen la comunicación social". (40)

De hecho se reconocía la excesiva comercialización de la emisora. Los cambios reflejaban la crisis a causa de los vaivenes entre la elaboración de una programación de carácter social y otra comercial.

Por su parte Alejandro Palma se limitaba a señalar que su intención de dirigir el Canal 13 "como corresponde a una empresa estatal, tanto desde el punto de vista de organización como el financiero..." (41)

La supuesta "dignificación" señalada por la directora de RTC inmediatamente se vendría al suelo pues la administración de Arguelles se caracterizaría por 2 rasgos:

1^o Se inicia la llegada de personal que laboraba en Televisa, con Joaquín López Dóriga a la cabeza.

2^o Hay un desplazamiento de intelectuales de reconocido prestigio, entre ellos se tenían a Elena Poniatowska.

Los cambios iniciados por Alejandro Palma tan luego toma la dirección, trae implícita una contradicción: se pretendía dignificar la excesiva comercialización y darle otra orientación al Canal 13, pero los encargados de esto eran gente formada en los medios de difusión comerciales o en el peor de los casos algunos directivos tenían una visión más comercial que los propios directivos de Televisa. Lo anterior se demostraría posteriormente por los constantes enfrentamientos de Palma Arguelles y las teorías comercialistas del Dr. Jorge Cueto García, director de Promociones, Comercialización y Ventas (hijo del general Jorge Cueto García, jefe de la Policía con Gustavo Díaz Ordaz).

La reorganización de la televisora es encabezada por Joaquín López Dóriga, quien es nombrado director general de Noticieros y Eventos Especiales; las direcciones de Producción, Administración y Finanzas, Promoción, Comercialización y Ventas son dirigidas por Juan Saldaña, Alberto Velasco y Jorge Cueto García, respectivamente. Luis Cueto García es nombrado asesor de la dirección General para Asuntos Científicos y Culturales; Alberto Viloria Reyes, Asesor Jurídico de la dirección General; Francisco Ignacio Taibo, gerente de Notieventos; Raúl Martínez Ostos, gerente Artístico; Enrique Strauss, gerente de Producción y Guillermo Rosenzweig secretario particular del director General. (42)

4.7.1 NACE "SIETE DIAS" Y CON EL "TRECEVISA"

Es evidente que habia una firme intención de inyectarle recursos al canal para reorientarlo. A la dirección de Noticieros y Eventos Especiales se le asigna un presupuesto de 130 millones de pesos. El primer resultado se manifiesta con la salida del noticiario "Siete Días", el 20 de diciembre de 1978.

"No se trata, señalaba López Dóriga, de competir con Jacobo Zabudovski (24 horas) con quien guardo excelentes relaciones... sino con nosotros mismos... el noticiario -agregaba- no tendrá ninguna línea (¿asepsia? ¿objetivismo puro?), sino que se abordará la noticia en su dimensión exacta, sin limitaciones de expresión, pues los funcionarios no van a andar por aquí..." (43)

Se buscaba corregir la deficiente labor informativa del Canal 13, como el hecho de que se perdían noticias y a los pocos minutos eran difundidas en los noticieros del monopolio televisivo.

La cuestión era presentar otra alternativa más al área informativa de Televisa; uno de los objetivos era ganar auditorio y, a pesar de las críticas, se debía entrar en el terreno de la competencia.

"Siete Días" se caracterizaría por cederle la mayor cantidad de su tiempo a su estrella López Dóriga. La ineficiencia de las lectoras de noticias también era visible y se incrementarían excesivamente el número de anuncios comerciales, característica esta última que de aquí en adelante marcaría la escandalosa comercialización de la emisora oficial. Luego entonces, Palma Arguelles se encargaría de dar paso a lo que con ironía se calificaba como "Trecevisa".

A pesar de los baches y errores enfrentados por el noticiario logra penetrar en el auditorio y si bien su estructura en su inicio

corresponde a la del noticiero estelar de Televisa ("24 HORAS"), con el paso del tiempo adquiere rasgos que elevan su calidad, sobre todo por el manejo que hacfada la información internacional aunque, por ejemplo, su sección nacional se encontraba atihorrada de noticias oficialistas y, la más de las veces se daba prioridad a la información de boletfn que a los problemas de interés de la comunidad.

La llegada del personal del consorcio televisivo privado al Canal 13 para muchas personas significó un triunfo de aquél sobre éste. Nada más falso. Televisa no va a pensar en competir "dentro" de la televisora gubernamental. Los concesionarios tenían (y tienen) recursos humanos, materiales, experiencia y una cobertura incomparables con los del Canal 13, nada les puede perjudicar más que en realidad se les haga una efectiva competencia. Por lo tanto, no se puede pensar que Televisa haya ganado con la salida de su personal. Los dueños del monopolio no pensaban en función de las actividades que se hacfan dentro del canal del Ajusco, ellos parten más bien de los programas que puedan ser más atractivos para su público y de los dividendos que les reditúan. En ese sentido, la salida del personal de Televisa, con López Dóriga a la cabeza, más que un triunfo de ésta viene a ser una derrota.

4.7.2 ELENA PONIATOWSKA, RENATO LEDUC Y GUILLERMO JORDAN
A LA CALLE

Si por una lado Alejandro Palma se caracterizó por permitir el ingreso de técnicos y periodistas de Televisa, por el otro lado también se encargó de echar a la calle a un equipo de intelectuales que colaboraban con el Canal 13.*

La administración de Argüelles se vio fracturada, empero, en el último mes de 1978. Hacia la tercera semana de diciembre se veía venir la caída del cuarto del sexenio, pues era un "secreto a voces" que Alejandro Palma pretendía renunciar porque "se intentaba asumirlo como un simple parapeto y no como el director general de a veras".(44)

Finalmente se le convenció de que guardara compostura a fin de no evidenciar el deterioro del canal gubernamental.

Por nueva cuenta se reflejaba el caos y el vacío de poder. Las luchas internas se agudizaron -entre ellas la pugna entre el director General y el de Comercialización y Ventas, Jorge Cueto García- cada quien trataba de imponer "su proyecto", era la lucha manifiesta por lograr el control de la emisora.

En este contexto se da el despido de 3 premios nacionales de periodismo: Elena Poniatowska, Renato Leduc y Guillermo Jordán. Igualmente son renunciados Nieves García Sela, subgerente, y los comentaristas Jorge Ibarquengoitia, Antonio Rodríguez, Cristina Pacheco, Juan Helguera, Luisa Josefina Hernández y Emilio Carballido.

*Con posterioridad José Ramón Fernández, desplazado de su puesto en la gerencia de Eventos Deportivos y enfrentado a López Dóriga, declararía que la salida de Poniatowska, Leduc y otros intelectuales obedecía a la lucha por el control del canal y a las presiones ejercidas por Dóriga y Jorge Cueto García sobre Palma Argüelles.

Los despidos serían una de las primeras repercusiones que tendrían el nombramiento de los directivos que sostenían y promovían la orientación seguida por Televisa. Ello implicaba el hecho de que el gobierno iba dejando gradualmente al Canal 13 en manos privadas.

Sobre la salida de Poniatowska la misma protagonista hace del conocimiento público los motivos de su salida y destapa los problemas internos de la televisora estatal. Por principio de cuentas señala que no renunció, más bien, con un día de anticipación, "Guillermo Jordán... me avisó que el del martes 26 (de diciembre) era mi último programa... Canal 13 está cancelando la alternativa que debía enfrentar frente a la televisión comercial... Únicamente brilla quienes vienen de esos medios... todo es una grilla." (45)

Martha de la Lama, otra de las implicadas, va un poco más al fondo del problema. Pues los despidos demuestran que el gobierno desaprovecha "la infraestructura humana que con muchos trabajos y pocos recursos se había ido formando en la televisión estatal.

"No se terminan proyectos, subraya de la Lama, ni se persigue la formación de la gente. Pesan más las preocupaciones políticas que las televisivas..."

El desplazamiento, el mal uso de los recursos, la cancelación de una alternativa diferente a la de Televisa son un reflejo fiel de quién iba ganando la batalla. Aunque la lucha en apariencia era interna los conflictos, por nueva cuenta, comenzaban a rebasar el recinto de la emisora y la lucha se abría; trascendían las confrontaciones, sobre todo la pugna entre Argüelles y Cueto: el primero consideraba que el Canal 13 debería de mantener un cierto nivel en su programación, aun cuando esto significara una baja en las ventas comerciales. Para el se-

gundo era necesario ofrecer una programación que resultara atractiva para los anunciantes.

El resultado: gana el segundo. Y para que no hubiera la menor duda se reintegra Luis de Llano a las actividades del Canal 13. De Lano Palmer sustituye, dentro del clima de anarquía y confusión, a Juan Saldaña Rosell en la dirección de Producción "quien tal vez lo ignore porque está de vacaciones". Y así continuaba la avalancha de cambios y la comercialización. (46)

La situación era insostenible, alguien debía ceder ya fuera por la fuerza o por voluntad propia. El clima de inestabilidad y la falta de un poder real que le permitieran a Palma Arguelles llevar a cabo sus objetivos lo orillaron a presentar ante el Consejo de Administración un documento (el 26 de febrero de 1979) donde exponía sus puntos de vista sobre lo que debía ser la televisora gubernamental.

En el documento definía una televisión esencialmente distinta a la comercial y precisaba que "la televisión estatal no debe ser un instrumento para fomentar el consumo indiscriminado o para vulgarizar los patrones culturales nacionales, ni para ofrecer una visión simplista y deformada de los problemas de México y sus soluciones".

Palma Arguelles fue explícito en su argumentación: "Para evaluar las distintas posibilidades de programación de Canal 13 es necesario partir del señalamiento y jerarquización de los objetivos del canal, y de cómo estos a su vez, se inscriben en los objetivos generales de comunicación social del Estado. De no ser así, es casi inevitable el caer en una visión puramente competitiva con la televisión comercial, ya sea a través de medidas como los 'ratings' o de las utilidades que se puedan obtener a través de la venta de tiempo de transmisiones.

"Esto último, agregaba en el documento, implicaría que al aceptar como referencia básica la competencia con los canales comerciales, renunciando a establecer los propios... la televisión estatal puede actuar como un vocero explícito de la sociedad entera, que se expresa a través de su más legítimo representante: el Gobierno de la República, que utiliza este medio para convertirse en gufa que trata de inducir el paso de lo trivial a lo profundo y de estimular el análisis activo, la participación popular consciente, en vez de condicionar y aprovechar mercantilmente la respuesta pasiva.

"Lo anterior no debe confundirse, continuaba, de ninguna manera con un mecanismo de simple propaganda gubernamental, que no funcionaría por la previsible reacción de desinterés del público televidente."

En su escrito concluía que "Es posible difundir cultura popular sin caer en el extremo de una programación que sólo interesara a reducidos grupos intelectuales, ni en el otro extremo de producir lo que se venda en forma más fácil, aunque ello implique una programación vulgar o insulsa, o una manipulación de los sentimientos de los espectadores".(47)

La entrega del informe buscaba, implícita y explícitamente, el apoyo de los miembros del Consejo de Administración (en ese momento formado por Jesús Reyes Heróles, Ricardo García Sañz, Fernando Solana y José Andrés de Oteyza, secretarios de Gobernación, Programación y Presupuesto, Educación Pública y de Patrimonio, respectivamente. Además de la directora de RTC, Margarita López Portillo) a fin de contrarrestar al grupo que promovía la comercialización del canal, sin embargo el efecto se le invirtió pues a los tres días tuvo que presentar su renuncia.

Su dimisión, por supuesto, quería decir que las cosas no correspondían a los requerimientos del gobierno, aunque la renuncia haga manifiestos los diversos antagonismos de lo que se pedía del canal oficial

y las medidas puestas en práctica. La "dignificación" exigida por Margarita López Portillo era un lugar común, la emisora iba por nueva cuenta a la deriva, en realidad no se le ponía el interés que en las declaraciones se afirmaba: dos semanas antes de la renuncia de Palma Argüelles, Jesús Reyes Heróles —por ser el secretario de Gobernación le correspondía presidir el Consejo de Administración del Canal 13— se había olvidado de presidir las reuniones del Consejo, ni siquiera mandaba representante.

Argüelles había logrado reestructurar el área informativa (con él nació "Siete Días"), pero en los hechos no tuvo el aval para continuar con más cambios. La falta de capacidad para tomar decisiones era más que patente, las luchas por el control de la televisora no lo permitían. Ante la diversidad de opiniones imperaba la anarquía, prueba de esto son los nombramientos de Joaquín López Obriga, Jorge Cueto García y, posteriormente, el de Luis de Llano Macedo, quienes sostenían lo contrario de Palma Argüelles. La influencia de diversos funcionarios en la orientación del canal se había vuelto el problema fundamental y esto explicaba el vacío de poder que los directores tenían desde María del Carmen Millán.

La diversidad de criterios, la imposición de funcionarios, el escaso interés gubernamental, la falta de una orientación del canal oficial en base a objetivos claros y definidos así como la falta de una capacidad real del director para llevar a cabo sus planes marcarían el punto de partida de lo que con posterioridad sería la etapa más comercializada de la emisora del Ajusco. También es el resultado de la incongruencia y la falta de una política definida del gobierno para dirigir sus propios medios de difusión.

En el documento leído por Alejandro Palma Arguelles al Consejo de Administración fincaba su futuro, mas éste se volvió contra aquél llevándolo a presentar su renuncia a 3 meses de ocupar el puesto, el 1º de marzo de 1979.

Con la renuncia se había decidido el destino de la emisora del Ajusco: la comercialización.

4.8 JORGE VELASCO OCAMPO Y EL MANEJO DE LAS EMPRESAS ESTATALES

Jorge Velasco Ocampo, experto en el manejo de empresas paraestatales, contador, coahuilense, 45 años de edad, pasaría a ser el 5º director a menos de la mitad del periodo de José López Portillo, a partir del 2 de marzo de 1979.

Su experiencia era basta, pero no en la industria televisiva. Director General de la Coordinación de la subsecretaría del Ambiente, jefe de la delegación mexicana a la Conferencia Mundial de Desertificación (1977), también fue jefe de la delegación mexicana en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, entre otros cargos.

Ahora sí dimos en el clavo, tal pareciera decir la directora de RTC cuando da posesión (2-III-1979) a Jorge Velasco Ocampo. Margarita López Portillo es explícita: "Hace meses hice declaraciones en el sentido de que de ser necesario, habría cambios en la dirección del canal, hasta encontrar al hombre adecuado ya que el Canal 13 está en plena reestructuración y arrastra un tremendo déficit. Necesitamos un administrador con gran visión, que no se entere de las tareas políticas; un hombre ejecutivo, práctico, con los pies en el suelo y vocación de servicio, un funcionario que forme sólido equipo con mano firme. Sí, me equivocué cuando se me dio la oportunidad de designar al anterior director del Canal 13: todos podemos equivocarnos. Los otros directores no los nombré yo".

"Espero y deseo, finalizaba, que Jorge Velasco, asesor de RTC en las áreas de radio y televisión desde hace 2 años, sea el director definitivo... Confío en que hayamos dado con el profesional idóneo". (48)

Inmediatamente Velasco Ocampo se da a la tarea de definir cuál será el rumbo a seguirse. El esquema de los directores que lo precedieron se repite. Ante la situación caótica y las críticas sobre cómo se ha dirigido al canal se adelanta a señalar que "el verdadero problema es que no se han encontrado los mecanismos para ejecutar y conseguir el objetivo principal: captar un auditorio más numeroso a fin de llevar a más telespectadores el mensaje del Estado que tiene que ser eminentemente social". (49)

Entre las primeras medidas para ordenar el desorden decide hacer una auditoría a fin de lograr "una redistribución de la eficiencia (y) desaparecer la ineficiencia... (para) hacer un manejo óptimo de los recursos... el 13 no competirá con ningún otro canal porque su objetivo es muy distinto al enfoque de la televisión comercial y lucrativa".

Las políticas y los programas, según Velasco, serían definidas por su Consejo de Administración, y sobre los planes no podrían decidir el Comité Ejecutivo de la emisora ni el director de PRONARTE ni el de Producción de la emisora, Luis de Llano.

El experimentado director de empresas paraestatales, no obstante, se volvía a enfrentar al problema de siempre: ¿podría hacer efectiva una televisión no comercial cuando quien interviene en su producción trae ese enfoque? En el cuerpo directivo se mantenían Jorge Cueto y Luis de Llano, principales promotores del comercialismo. Además, López Dóriga ya había sentado sus reales y se afianza en la dirección de Noticieros. Con esto se observa que las intenciones de Velasco se verían frustradas.

4.0.1 PROGRAMA DE REESTRUCTURACION DE JORGE VELASCO OCAMPO "EL NUEVO ESTILO"

45 días después de asumir la dirección Jorge Velasco Ocampo por medio de diversos voceros da a conocer su programa de reestructuración, cambios que se darían a partir del 30 de abril. Las medidas incluyen tres barras: musical, infantil y series extranjeras.

Sobre la primera Antonio Fernández, director de Programación, el 24 de abril informa que el Director General de Canal 13 pretende que el contenido de la televisora oficial responda a las inquietudes de los televidentes, así como proporcionar orientación cultural, educación, entretenimiento y recreación. Los cambios en la barra musical incluirían, entonces, un presupuesto de 2,200.000 pesos mensuales; nuevos programas musicales, entrevistas etc., los programas son sintomáticos: "Arturo Castro presenta", "Los grandes de la música popular", Roberto y Mitzuko (bailarines de "Siempre en Domingo") serían el ballet "de planta", "Corridos mexicanos". Esto sería el "nuevo estilo", muy semejante al de Televisa.

En cuanto a la barra infantil José Luis Calderón, productor de Canal 13, señaló que para "integrar a la familia" se produjo "Un mundo pequeñito", conducido por Hilda Aguirre y Ana Lilia Tovar. Se crearía, igualmente, una compañía infantil para impulsar a los niños que tengan aptitudes para actuar, cantar o recitar... a fin de estimular una nueva generación con interés por el teatro y el arte escénico. (50)

Por último, el gerente de Programación, Manuel Morales de la Parra, precisaba que para buscar la autosuficiencia económica se incluirían "series extranjeras", "no se trata, señalaba, de imponer nuevos estilos o modelos de imitación, sino de presentar al teleauditorio producciones de Inglaterra, Japón, Francia y otros países". Del 30 de abril en adelante la producción nacional alcanzaría el 65%, a los contenidos extranjeros les correspondería el 35% restante.

En conferencia de prensa celebrada el 2 de marzo de 1979 Jorge Velasco consideraba que su programa sería llevado a cabo porque "cuento con toda la libertad del gobierno, dentro del reglamento, para llevar adelante al Canal 13 en materia de producción".

Dentro de los planes -segufan anunciándose entre abril y mayo del mismo año- se buscaba integrar telenovelas "de las obras más escogidas de la literatura" (Duelo de amor y muerte, de George Ohnet; El demonio del mediodía, de Paul Bowget; Angel de Guerra, Benito Pérez Galdós; Bodas de sangre, Federico García Lorca y otros).

A los programas culturales se integraría "Las 13 preguntas del 13", conducido por Pedro Ferriz. La sección informativa se vería enriquecida con 2 nuevos noticieros.

En conclusión, Velasco Ocampo reestructuraba el canal oficial "pensando en todos los sectores" y, para rematar, anunciaba la reducción de la comercialización: "durante un programa de una hora solamente habrá 8 minutos de anuncios" (51)

Siguiendo en su etapa de reordenación, en julio de 1979 se anunciaba también el aumento del número de horas de transmisión; el nuevo horario se iniciaría a las 7 de la mañana para concluir hasta las 2 horas del otro día para "llevar al televidente un mayor número de horas de diversión y educación para los niños sin olvidar a las amas de casa (aunque) no pretendemos competir con otras emisoras al aumentar el número de horas de transmisión".

De sus 4 meses de gestión Velasco Ocampo hacía un balance: "... se han visto los cambios radicalmente; muestra de ello es el 75% de la programación local y el 25% extranjera".

Fuera de los errores cometidos en la administración del experto en el manejo de empresas paraestatales una cosa resulta clara: el contraataque de la emisora oficial es visto con preocupación por los concesionarios. De hecho ciertas series importadas como "Holocausto" le arrebatan auditorio al emporio privado el cual decide, por diferentes vías, lanzarse a la contraofensiva.

Revisando las fuentes hemerográficas vemos que Televisa presiona para que sea ella quien transmita los X Juegos Mundiales Universitarios (Universiada). En un convenio celebrado entre el Comité Organizador del evento, RTC y Televisa se asentaba que la última se encargaría de la emisión. (52) Los concesionarios habían ganado, sin embargo cuando el acuerdo se hace público RTC es obligada a autorizar que los canales 13 y 11 también puedan difundir la Universiada. Como señalaba Manuel Buendía en 1977 "el gobierno no sólo concede ventajas sino que por sus propios medios parece esforzarse en reservar(se) la parte más angosta del embudo..."

En segunda instancia tenemos que en 1979, precisamente con Jorge Velasco, Televisa incrementa el bloqueo y la coerción hacia los artistas que laboraban para el canal estatal. Los casos son muchos: Marco Antonio Muñoz, ya en 1982, se negaría a trabajar en Canal 13 hasta no hablar con Emilio Azcárraga; Guillermo Rivas el gran ausente de las pantallas de Televisa por haber trabajado con el 13; Lucía Méndez ("soy exclusiva de Televisa") etc... A pesar de las presiones se daban hechos aislados que reflejaban la lucha entre el monopolio de las ondas electromagnéticas y la televisora oficial, ésta absorbería a Chucho Salinas y Héctor Lechuga con "Cotorreando la noticia" programa que, no está por demás decirlo, reeditó ganancias al Canal 13 y una buena cantidad de televidentes.

La televisora gubernamental, hacia fines de 1979, habia adquirido un rumbo mas o menos definido y quizá por ello se inicia la contraofensiva de la televisión comercial (en 1979 nace "Antena 5" como una medida para contrarrestar la ampliación de la sección informativa del Canal 13). Simultáneamente se continuaba la expansión en el norte del país; el 10 de julio de 1979 Jorge Velasco Ocampo firma un convenio con el gobernador de Durango, Héctor Mayagoitia, para ampliar la cobertura del canal oficial en una vasta zona entre los estados de Durango y Coahuila. El acuerdo incluía la instalación de una retransmisora en Gómez Palacio, la cual cubriría una zona de 120 km con un alcance de un millón 200 mil habitantes. (53)

Antes de finalizar 1979 Velasco Ocampo ya tenía un balance de su gestión de 9 meses: las metas a cubrir eran lograr el autoabastecimiento, aumento de calidad en la programación, incremento de la cobertura así como el de las horas de transmisión. Empero el director incurre en el mismo error de sus antecesores: ver el avance en función de los ingresos económicos.

De tal suerte que, decía, "seis meses antes había un ingreso mensual de 7 millones de pesos, actualmente se reciben 70 millones por concepto de publicidad (la excesiva comercialización persistía) lo que significa un notable incremento... en beneficio de la sana economía del canal... La programación se invirtió, ahora el 75% es netamente mexicana y el resto extranjera". (54)

Margarita López Portillo, por su parte, ofrecía la misma visión: "Canal 13 ha podido comercializar su programación generando recursos propios. En 1979 facturó cerca de 600 millones, o sea, más de los 200 millones que se habían estimado... Hemos podido negociar el pago de grandes pasivos mediante intercambios. Por primera vez se han realizado ventas al extranjero de material almacenado, por cerca de 2 millones".

Además de su balance, por demás limitado al aspecto económico. La directora de RTC daba a conocer los planes de la emisora de Ajusto para 1980. Entre éstos se encontraba el mejoramiento de los servicios de producción, programación y promoción, fundamentalmente a nivel del sector público federal; se producirían series teatrales y documentales de gran valor histórico, de los cuales ya se habían iniciado "Zapata" y "Sor Juana Inés de la Cruz".

En enero de 1980, indicaba la señora López Portillo, Canal 13 iniciará su programación matutina, cuyo presupuesto por programa ya ha sido aprobado por una hora y media diariamente. Dicha programación tendría como objetivos únicos el producir y difundir programas de beneficio social.

4.8.2 LA SALIDA DE JORGE VELASCO OCAMPO

El rumbo, como decíamos, comenzaba a rectificarse. Jorge Velasco había puesto en práctica cambios trascendentes, se daban avances dentro de la convulsión y la competencia empezaba a observar en serio lo que se hacía en el Canal 13. Inclusive sus propios voceros reconocen los cambios: Refael Martínez, columnista de Teleguía, señala que Velasco "reconstruyó partes muy deterioradas de sus horarios de apoyo. Intentó una barra infantil, muy defectuosa, pero cuando menos con idea... Procuró la creación de programas femeninos; elevó la calidad de producción en series y teleteatros; amplió los horarios nocturnos... Estableció la barra matutina. Competencia abierta... emisiones ágiles, los cambios permitían al canal entrar en franca mejoría..."

Es sintomático que la propia competencia reconozca los avances logrados por Velasco Ocampo. De su administración se obtienen algunos resultados halagüeños, aunque se incurre en el cálculo de los logros sólo por los resultados económicos.

Jorge Velasco presenta una competencia a la televisión comercial, se iba consolidando con el paso del tiempo, de hecho puso en marcha los planes para ampliar el horario y arrebatarle al consorcio televisivo su auditorio; llevó adelante importantes cambios en diversas barras: informativa, cultural musical, infantil etc..

No podemos decir que la programación de Canal 13 haya puesto en aprietos a los productores de la televisión comercial, o que les robó "su público", sin embargo Jorge Velasco tiene el mérito de haber puesto a pensar a aquellos para no permitir que la televisora oficial siguiera avanzando en un terreno que creían sólo correspondía a ellos. Fuera de este período "el nuevo estilo del 13" no ha vuelto a representar una alternativa diferente en el sector de los medios de difusión audio-visuales.

No obstante esto no duraría poco, pues el 14 de enero de 1980 Jorge Velasco presenta su renuncia y, por nueva cuenta, la televisora oficial queda en la indefinición. Velasco pasaría a ocupar la dirección de Procinemex "por su probada capacidad administrativa", y lo sustituiría el doctor Jorge Cueto García, quien se encarga de hundir y echar para abajo lo poco que se había logrado con Jorge Velasco Ocampo.

4.9 JORGE CUETO GARCIA Y "EL CANAL DEL PUEBLO"

Hacia fines de 1979 y principios de 1980 el México de los ricos ya se había tornado, de repente, en el México de los pobres. La política petrolera del país es cuestionada seriamente por la "petrolización" de la economía. Los tiempos de bonanza, de un momento a otro, desaparecieron.

También la fuga de capitales comienza a tomar niveles alarmantes, sin embargo los voceros del gobierno difundían la idea de que la situación no era grave. Otro hecho significativo es vislumbrado: a medio sexenio casi la mitad de los secretarios de Estado han sido removidos de sus puestos.

En definitiva esta situación sería un reflejo de la política desarrollada por José López Portillo y su equipo. Las inconsecuencias y contradicciones se daban a diferentes niveles tanto en el campo económico como el político. De hecho estas circunstancias explicarían también por qué dicha problemática se vio reflejada en el sector de los medios de difusión gubernamentales, y eso explica por qué continuamente se hacía referencia a la producción de una televisión de beneficio social siendo que la producción televisiva del gobierno estuvo -salvo contadas excepciones- dentro de los marcos de la mercantil. En una palabra, los hechos contradecían el discurso de los funcionarios públicos y esa era la situación con Jorge Cueto García, sucesor de Velasco Ocampo.

"El canal del pueblo". Nada más alejado de la realidad. Con Jorge Cueto García Canal 13 entraría en una de las peores etapas de su historia. La característica en su periodo sería una excesiva comercialismo en comparación con las anteriores direcciones.

Médico de profesión, su curriculum lo había hecho en el sector público: primero jefe de Servicios Médicos y luego Gerente General de Seguridad Industrial y Servicios Médicos de la CFE; Subdirector General Médico del IMSS; Asesor de la Presidencia de la República y de la Dirección General de RTC.

Jorge Cueto García ya tenía buen tiempo incursionando en las actividades de la emisora estatal, al momento de su designación era director general de Comercialización, Promoción y Ventas. Su concepto de lo que debía ser el Canal 13 distaba en mucho de los objetivos perseguidos en la institución a su cargo, cuestión que pondría en entredicho su eficacia como director general de la emisora del Ajusco.

Al tomar posesión de su cargo declara su disposición de continuar con los planes de su antecesor sosteniendo e incrementando la línea de actividades culturales, mediante la producción y programas de alta calidad como óperas, conciertos y series especiales. Las barras femenina e infantil se reforzarían para que cumplieran su función de orientación y servicio. (55)

Es decir, con el "canal del pueblo" se daría cultura a éste "mediante una sana diversión (destacando) los valores propios y ajenos de la cultura universal".

En poco tiempo se demostró lo contrario. En marzo de 1980 Cueto García inicia una campaña para depurar al personal de la televisora "con el propósito de sanear la economía... alcanzar la autonomía y no ser una carga para el erario..." (56)

Según el ex-director de Comercialización la revisión de las nóminas comprueban el exceso de personal que no tenía funciones específicas. Esta sería la punta de lanza para justificar, de un lado, el cese a

diversos trabajadores y, por el otro, reiniciar la contratación de artistas y personal proveniente de Televisa.

La perorata de Margarita López Portillo y Jorge Cueto, empero, seguía siendo la misma. Para la primera Canal 13 "ha intensificado las horas de producción tanto infantil como juvenil que además de servir de entretenimiento coadyuvarán a la educación y la cultura..." La directora de RTC no tiene reparos y con firmeza se atreve a profetizar que el canal sería autosuficiente a "principios de 1982" pues "se han generado recursos propios en una proporción tal que nos permiten prever que una vez consolidada nuestra expansión de la red nacional" se lograría el trabajar con números rojos. (57)

Al siguiente día, Cueto García, en resonancia a lo dicho por la señora López Portillo, manifiesta que Canal 13 proporciona oportunidades de educación (series nacionales y extranjeras, ballet, conciertos, ópera, mesas redondas). En el aspecto noticioso también, señala, se gana terreno ("Primera Edición", "Siete Días", "Al Cierre", "Comentarios a la Noticia" -negocio de López Dóriga- y las "Cápsulas Informativas"). Además que se le da atención, finalizó, a los programas de interés social ("La Hora 25", "De Cara al Público", "Tribuna Pública" etc...).

Como un dato anexo es importante señalar que ante la decisión de Jorge Cueto de lanzar al aire "Al Cierre", estando Pedro Ferriz de Cón a la cabeza, los directivos de Televisa deciden repetir el noticiero "24 Horas" después de "Cine del 2", para "noquear" a "Al Cierre".

Los funcionarios de la emisora gubernamental señalaban una cara de la moneda. No se mencionaba nada de la otra cara. Vayamos por partes.

4.9.1 LA INDIA MARIA, EL "POLIVOZ" Y ANGEL FERNANDEZ PORTA- VOCES DE LA CULTURA

El supuesto sanamiento de las finanzas, en términos reales, era falso. La televisión cultural, de otro lado, perdía terreno. Los pregonados objetivos se diseminaban y, otra vez, se volvía a la copia de la televisión comercial.

Tenemos tres hechos que demuestran lo anterior:

1º El 26 de marzo de 1980 se anuncia la contratación de Enrique Cuenca, "El Polivoz" (había que anteponerlo a "El Show de Eduardo II" de Televisa). El "artista" trabajaría en una serie de programas sobre sus personajes tradicionales. Su libretista, Mauricio Kleiff, también es contratado. De su salida el "Polivoz" se justifica: en Televisa robotizan... hay muchas limitaciones... no se puede hablar de política "que no se burlen de los comerciales"...

2º María Elena Velasco, "La India María", recibe de Canal 13 una oferta, igualmente, para integrarse a la televisora. Por cuestiones que nunca fueron aclaradas a "La India María" se le terminaron los contratos en Televisa "por indicaciones de Gobernación..." (58) Televisa comienza a invadir Canal 13 con sus vicios y deformaciones. Ese sería el nuevo estilo del "canal del pueblo".

3º Angel Fernández se integraría -en mayo de 1980- como "narrador del partido Guadalajara-Camoteros del Puebla". Su antes enemigo, José Ramón Fernández, se encargaría de recibirlo. Angel Fernández, periodista formado en la televisión comercial y con 20 años de antigüedad. Locutor, ex- subjefe de Deportes de Excelsior. De acuerdo a su versión salió de Televisa por un enfrentamiento con "el gordo" Alcalá. "Mi participación en un noticiero de Televisa ("Antena 5", conducido por Fernando Alcalá) fue ignorada, trataron de dañar mi imagen, de 'quemarme'

Alcalá comenzó a reducir el tiempo de mi participación en el programa cada vez más, por eso tenía que irme (no dice a qué se debió ese bloque). En Canal 13, agrega, se habla un lenguaje diferente, te consideran un ser humano. Haré programas de concursos, los haré distintos a los de Televisa... en el 13 preguntaré sobre la vida de Zapata, Revolución, historia de México..."

El saneamiento de las finanzas de Jorge Cueto, entonces, se quedó en el aire al contratar al comentarista estrella de Televisa. De acuerdo a la versión de José Ramón Fernández, "fue firmado por 1 millón de pesos y sueldo de 250 mil pesos (mensuales) más 4 mil diarios por programa, cuando Raúl Orvañanos, Carlos Albert y yo recibíamos un salario 20 veces menor". (59)

A pesar de las convulsiones que atravesó el canal, Angel Fernández se mantuvo hasta que finalizó el sexenio -después de 3 años de contrato-. (En realidad laboró sólo 2 años 8 meses, aproximadamente).

Sobre su salida del 13 dice Fernández: "... después ya no quise seguir por el clima de intranquilidad que se respiraba. Se terminó el sexenio de López Portillo y doña Margarita dejó RTC en manos de Pablo Marentes, a quien le entregué las llaves de mi oficina y salí de la empresa. Todavía el nuevo director, continúa, Martínez Ostos, me habló para que siguiera pero ya no quise..."

La austeridad reinaba a finales del sexenio en la televisora oficial: Angel Fernández salió ganando 800 mil pesos mensuales.

Más la avalancha no quedó ahí. También llegaron otras personalidades del monopolio informativo: Joaquín Salcido y José Morris, productores, se integraron también. Para Salcido su salida obedece a la excesiva explotación de Televisa; en cambio Morris precisaba que "Televisa me despidió después de 30 años. No le parecía que yo fuera creativo, de ahí que su

programación sea la inercia". (60) 3 meses más tarde se anexaría Rafael Almazán, pronosticador del tiempo en "Hoy Mismo".

La respuesta del consorcio televisivo no se hizo esperar y los actores y locutores que antes eran sus estrellas ya en Canal 13 eran "nocivos y limitados". Rafael Martínez, director de la revista Teleguía, es el vocero y critica el hecho de que Angel Fernández "cambiaba de chaquetín".

Los cambios de programación, la anexión de actores de Televisa y el aumento de los cortes comerciales en cada programa son las pruebas del retroceso que la televisora oficial tiene con Jorge Cueto García, todavía cuando éste no reparaba en declarar lo contrario.

Ahora bien, el "robo" de periodistas, actores, locutores etc., no era otra cosa que la manifestación de la competencia franca y abierta de Canal 13 para conquistar auditorio, a pesar de que ello implicaba la comercialización y degradación de su imagen.

4.9.2 MARGARITA LOPEZ PORTILLO, SALUD POR TELEvisa

Los cambios de chaquetín, como señalaba Rafael Martínez en relación a la salida de Angel Fernández, se daban también en los propios funcionarios gubernamentales. Margarita López Portillo, dando marcha atrás a sus anteriores declaraciones sobre lo que debía ser la televisión estatal y aprovechando el foro que le ofrecía un coctel del Instituto Mexicano de Cultura, presidido por el ex-presidente Miguel Alemán Valdés, ofrecido para festejar al director del Canal 13 como miembro de este organismo, señalaba que "las empresas -Televisa y Canal 13- deberían unificarse y formar la televisión mexicana porque así estaremos en posibilidades de cumplir eficazmente nuestra tarea" (¿cuál?) Continuó: "...Quisiéramos que Televisa participara más en la televisión rural, ya que este medio es la

salvación cultural del país... (subrayado nuestro) Entonces, podemos integrarnos en forma amistosa para cumplir esta tarea. No veo porque dividirnos yo creo que hay que sumar y no restar". Finalmente señaló que "Televisa cumple con sus funciones y las cumple bien y no está en competencia con nosotros, entre ellos y nosotros hay una amable amistad".(61)

Resultaban inverosímiles sus palabras. Sin embargo en el fondo Canal 13 trataba de atraerse actores que le redituaran ganancias y un mayor auditorio, todavía cuando las formas guardadas por la directora de RTC trataban de esconder esa lucha, aunque ésta no se diera frontalmente por una carencia de poder y control sobre los concesionarios.

Las declaraciones pretendían restañar las heridas, aunque a Televisa era lo que menos le preocupaba, pues posee los recursos humanos suficientes como para sustituir a cualquier personaje, sea conductor o artista.

Por otra parte vemos que la comercialización de Canal 13 es explícible en función de los nexos que mantenía Jorge Cueto con los dueños del monopolio televisivo. Con la comercialización se identificaban ambos.

En el director de Canal 13 había un "aparente" antagonismo. Sus palabras, empero, contradecían sus hechos. Mas al antagonismo no era tal dice un adagio popular que el prometer no empobrece. Era su estilo. Cueto no tenía reparos en su dicharachera, en el mismo evento del Instituto Mexicano de Cultura de hecho contradecía las palabras de su jefa y hacía una crítica a la televisión comercial. En relación a las modificaciones que él pretendía en el Canal 13 consideraba que "el propósito de hacer una programación infantil dentro de un marco axiológico propio de México, no es fácil ya que están arraigados en la conciencia de los niños y de los jóvenes los estereotipos creadores de conceptos sublimados, respecto a los superhéroes que, como modelo de imitación, hemos soportado por tanto tiempo en las pantallas mexicanas".

¿Entonces dónde quedaba el buen comportamiento de la televisión comercial, como señalaba Margarita López Portillo? La incoherencia absoluta.

Para evitar la comercialización y no caer en lo "elitista ni lo populachero", en su trabajo presentado para ser miembro de número del instituto referido ("La Televisión en la Comunicación Social en México"), precisaba que se debía buscar un balanceo adecuado en la programación de Canal 13. Por consecuencia, enfatizaba, los objetivos de la televisión deben ser divertir, educar y elevar la cultura de los mexicanos en todos los niveles, con base en nuestra propia idiosincracia. Es más, señaló que los comerciales en Canal 13 "son examinados y sólo son aceptados aquellos que no se aparten de la cultura nacional". (62)

En tal sentido, la programación, a partir de julio de 1980, tendría cambios: 1º Se impulsaría la orientación para mejorar la agricultura e incrementar la producción; 2º Se pondría en marcha la programación matutina a fin de orientar a los campesinos sobre la planificación familiar y 3º Más tiempo de emisión para difundir las actividades de la Cámara de Diputados. (63)

4.9.3 LA MIMETIZACION DE TRECEVISA

Después de 6 meses de la gestión de Jorge Cueto ya se tenían elementos de juicio para hacer un balance de su primera etapa como director del canal oficial. Como señalamos al principio, el rasgo característico de la administración de Cueto García fue la excesiva comercialización.

Desde luego que esto tiene su explicación. Entre las razones más importantes para explicarla tenemos que la comercialización se debe, en

principio, a la carencia de recursos para desarrollar su tarea. En virtud de que los ingresos eran reducidos habfa que buscar la rentabilidad del canal y esto sólo se podía hacer con la venta del tiempo de pantalla.

En segunda instancia Jorge Cueto consideraba que la televisión debfa competir con la privada para ganar auditorio y para contender con ella se debfa tener una producción similar a fin de quitarle auditorio (en realidad esto fue lo que sucedió a pesar de sus constantes afirmaciones sobre una televisión de servicio social).

Por otra parte vemos que los resultados se medían por el "rating" logrado y no por la calidad de la programación. Los hechos demuestran, además, que Jorge Cueto no se interesó por impulsar contenidos formativos y orientadores, pues ello implicaba el sacrificio de una gran cantidad de ingresos.

De otro lado, Canal 13 debfa hacer frente a la experiencia y eficacia de Televisa, lograda en años de trabajo. También vemos que los recursos de la televisora oficial eran muy limitados en comparación con los del monopolio televisivo.

Dichas circunstancias son las que permitieron que Jorge Cueto se inclinara por hacer un smil de lo que era la televisión comercial, porque en última instancia, según Raúl Cremoux, la estructura de los medios de difusión en nuestro país "obedece a la necesidad de apuntalar el esquema de desarrollo 'mal llamado mixto' en el que la iniciativa privada participa con un 80% de las inversiones productivas y el gobierno sólo con el 20%". (64)

De tal suerte que, en conclusión, hacia fines de agosto de 1980 la producción de Canal 13 era sinónima de la de Televisa:

TELEVISA

Plaza Sésamo, Burbujas, Supermán
La Pantera Rosa, El Corre Caminos
etc...

CANAL 13

Papalote, El Duende Bubulfn, Sally
la Princesa, Candy, La Canica Azul
Las Mil y Una Tardes etc...

En la franca competencia vemos que a los programas de Televisa con un gran auditorio se anteponía su contrincante

El Show de Eduardo II-----El Show de Enrique Polizov
Futbol en el Estadio Azteca-----Futbol en Ciudad Universitaria
Fiebre del 2-----Disco 13
24 Horas-----Siete Días etc...

Televisa, caso opuesto, también hizo lo mismo, cuando sale "Al Cierre", de Canal 13, repetía, en el mismo horario, "24 Horas" para contrarrestar la competencia en el área informativa.

El resultado es que la administración de Jorge Cueto tomaba como punto de partida la medición de los resultados a partir de los ingresos económicos que se obtenían y de la competencia que podía establecerse con los concesionarios a fin de captar auditorio y lograr el autofinanciamiento, en detrimento y sacrificio de la función social que debía cumplir el canal 13, llenando éste a ser una copia de Televisa, haciendo a un lado un proyecto propio porque lo que se hizo fue (desde el presidente, secretarios de Estado y funcionarios de los medios de difusión estatales) repetir conceptos aislados e inconexos, programas -cuando se llega a éstos- que se quedan en el aire por la carencia de un plan que permita definir con precisión qué, cómo y quién debe impulsar la comunicación social en nuestro país.

4.9.4 1980 INICIO DE LA PROGRAMACION MATUTINA E
INCREMENTO DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES

En agosto de 1980 se inicia la programación matutina, se incrementa el número de noticieros y se persigue producir programas de interés familiar, educativo y de entretenimiento para el público.

"Esta Mañana" estrena la programación matutina. En su origen, señala María Llobet Maldonado, fue conducido por José Cárdenas (ex-conductor de noticieros de Televisa) quien intentó desplazar el programa de Guillermo Ochoa "Hoy Mismo", pero el único desplazado fue él cuando lo sustituye Sergio Romano.

Sobre "Esta Mañana" María Llobet dice que a pesar de ser un espacio ambicioso, misceláneo, sus partes no amalgaman ni conforman un todo. Descuartizado entre noticias, el tiempo, Cotorreando... y la gimnasia el programa se pierde".

La ampliación de las actividades al horario matutino trajo como consecuencia un incremento en la comercialización de la emisora. De algún lado tenían que salir los ingresos para cubrir los gastos. En la segunda mitad de 1980 se nota un creciente aumento de publicidad comercial; los anuncios de cigarrillos y bebidas alcohólicas, en ese entonces muy limitados, comienzan a proliferar: los anuncios del brandy de "la pantera" toman la vanguardia.

El exceso, con Jorge Cueto, llega a tal grado que el secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana, se ve en la necesidad de anunciar que "los medios de difusión oficiales, los canales estatales, empiecen a... erradicar (anunciar) bebidas alcohólicas". Inmediatamente Canal 13 reduce a 12 (SIC) los anuncios por cada media hora de programación".

De un análisis de "Cotorreando la Noticia", en horario triple A, en 30 minutos se hacían 14 cortes comerciales de bebidas alcohólicas: La Pantera, Chivas Regal, Vodka Nicolai, Vinos Urbinón y Cerveza XXX. (65)

La medida de la secretaría de Gobernación surtía sus efectos hasta el 23 de enero de 1981 cuando se anuncia el retiro de los anuncios de bebidas alcohólicas "de alta graduación", los de "poca graduación" no se retirarían. 2 días antes Jorge Cueto anuncia que en 48 horas se pondrían en práctica tal disposición pues "las medidas son un obstáculo para la realización (de los planes emprendidos por) el gobierno de José López Portillo, en aras de la educación, la capacitación y el Sistema Alimentario Mexicano".

Es más, el director del Canal 13 encontraba el hilo negro ya que "dicha publicidad tiene ciertas características que pudieran afectar la vida de nuestros jóvenes, de nuestros trabajadores y la integración de sus núcleos familiares". La prohibición se da con la instalación del Comité Mixto Consultivo de Publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos de la SSA.

El cambio de orientación logrado por Jorge Velasco Ocampo, antecesor de Cueto, si no era radical sí era significativo, empero quedaba en el recuerdo. Canal 13, en 1980, estaba en sus peores momentos, su excesiva comercialización llevaba a la ironía de calificarlo como "trecevisa". Su programación se encontraba inundada de programas de "entretenimiento", los teleteatros y "el otro estilo" habían sido relegados a segundo plano; los buenos propósitos por cambiar su orientación se habían diluido.

La brújula se había perdido nuevamente, el caos reinaba en la televisión estatal (Florence Toussaint).

En opinión de Jorge Cueto las cosas marchaban sobre ruedas: habría cambios en los horarios de la programación (por la distribución de los anuncios de bebidas alcohólicas) mas no un cambio de programas que dentro de la barra ya estaban consolidados. El responsable de la emisora era enfático: las series que transmite Canal 13 no fomentan el consumismo ya que son programas "culturales" que a la vez entretienen y educan al televidente. Los hechos demostrarían lo contrario.

Es justo reconocer que Jorge Cueto atinó al darle impulso a los espacios noticiosos en el Canal 13 ("Al Cierre" y "Esta Mañana", el segundo aunque heterogéneo pretendía dar buena parte de su tiempo a la sección informativa), sin embargo sus pretensiones se vieron obstaculizadas porque se adolecía de un problema de fondo: Canal 13, como todos los medios de información gubernamental, no se encontraban bajo la coordinación de un criterio único, cada quien se iba por su lado. Esta situación llevó a que en el campo informativo Canal 13 confundiera la noticia con la adulación y la información general con el panegírico de los acontecimientos nacionales.

Existía la señal de crear una central de información. La multiplicidad de cobertura de eventos por parte de las diversas dependencias, la innecesaria repetición de hechos, que sólo choca y confunde al público, y otros vicios informativos, quedarían curados si una central generadora los manejara en todos sus aspectos. (66)

Este problema con Miguel de la Madrid fue resuelto en parte con la creación de IMEVISION.

En conclusión, Jorge Cueto se encargó de mantener en el sótano a la televisora gubernamental, su programación se balanceaba entre los mensajes de las empresas paraestatales, el "Show de la Mujer Maravilla" y los programas infantiles como "Rehilete", "Caminito" y otros.

4.9.5 SALIDA DE JORGE CUETO GARCIA, UN "SECRETO A VOCES"

Al paso de 1981 las circunstancias fueron cambiando para Jorge Cueto, las luchas internas se recrudecieron, lo cual dio lugar a los rumores sobre la renuncia del director desde los primeros meses de este año.

El nombre de Pedro Ferriz Santacruz era nombrado con insistencia. Unos decían que sería el sustituto, otros que sólo se integraría como Coordinador General, pero con plenos poderes ejecutivos. (67) También se baraja el nombre de Luis Cueto García, director de Televisión de la República Mexicana (TRM).

El 27 de abril de 1981, la directora de RTC, Margarita López Portillo, tendría un desayuno en la residencia Lázaro Cárdenas, de Los Pinos, con Jorge Cueto García, Joaquín López Dóriga y Pedro Ferriz Santacruz. La situación parecía muy evidente, además que la presencia de López Dóriga también podría interpretarse como una muestra del poder que éste había logrado en el canal y su influencia en la toma de decisiones.

Torpe e ingenuamente Margarita López Portillo pretendía poner fin a la ola de rumores sobre los cambios y en boletín oficial explicaba que el desayuno se debía a tres cosas: "onomástico" de Cueto García; restablecimiento de López Dóriga y su vuelta al mando de "Siete Días" y a la vieja amistad de la directora de RTC con Pedro Ferriz. (68) Los hechos demostraban lo contrario.

El período de Jorge Cueto, para el 20 de julio de 1981, llegaba a su fin. Las cartas, con seguridad, desde dos meses atrás se habían puesto en la mesa y el cambio ya estaba previsto. Se ponía fin a una época más del despendio, del derroche irracional de recursos.

A manera de síntesis Rafael Martínez nos ofrece una conclusión muy precisa:

Aprovechó todas las ideas dejadas por Velasco en el cajón del escritorio, para ponerlas en práctica, pero con tan poca imaginación que se hizo una revoltura de ideas, creándose una incongruencia peor. Se perdió, entonces, toda capacidad de balance; el arte fue mezclado con el fútbol; y las emisiones de calidad arrimadas junto a los restos de viejos programas que parchaban aquel trabajo que había costado meses de estudios.

Ese fue el canal que dejó el que fuera hijo del director de Policía y Tránsito con Gustavo Díaz Ordaz.

4.10 PEDRO FERRIZ EN EL 13

El cambio de director en el canal 13, ya con Pedro Ferriz a la cabeza y quien sustituiría a Jorge Cueto García, en lugar de resolver los problemas que había servido para ventilar los conflictos que se venían arrastrando desde administraciones anteriores: fraudes, dispendios de presupuestos, pugnas internas y caos administrativo a todos los niveles.

Los hombres cambiaban -en 4 años 8 meses iban 6 directores- pero en el fondo la administración del canal había sido la misma, con algunas variantes.

A pesar de que el período de Ferriz Santacruz fue corto -escasamente 4 meses- ofrece gran cantidad de material de análisis, por la agudización de los conflictos y porque con él se desbordaron las luchas intestinas que se libraban en el interior de la emisora oficial: López Dóriga, José Ramón Fernández, Jorge Cueto, Jorge Berry, Angel Fernández, Pedro Ferriz de Cón etc..,

Director de Notimex, Pedro Ferriz Santacruz asume también la dirección del Canal 13 sin abandonar la primera. Su larga experiencia la adquiere en los medios de difusión privados desde 1940 (XELA, XEX, XEQ y XEW, entre otras emisoras). Locutor oficial del Canal 4, aunque también había incursionado en los medios de difusión gubernamentales.

Cuando asume el puesto en su discurso de toma de posesión manifiesta que ha llegado a Canal 13 para "continuar la labor que en esta empresa se ha venido realizando durante 5 años..." Los cambios no se hicieron esperar: Claudio Farías es nombrado Coordinador General Ejecutivo -por "indicación" de Margarita López Portillo-, el contador público Fernando Hernández Velázquez iría a la dirección de Administración y Finanzas.

La tarea no era nada fácil, sino al contrario. Sin embargo Pedro Ferriz tendría que enfrentar los problemas heredados de Jorge Cueto. Tan luego asumió la dirección enfrentó sus dos primeros problemas:

a) La Organización de Televisión Independiente (OTI) pretendía desconocer un contrato firmado con Canal 13 para que éste no transmitiera el Mundial de Fútbol España 82, y concederla los derechos a Televisa. El contrato había sido firmado el 4 de septiembre de 1980 entre Amaury Daumas, secretario general de la OTI, y Canal 13, los derechos de transmisión ascendían a 1 millón 200 mil francos suizos, de los cuales se había pagado el 66%.

Guillermo Cañedo, presidente de la OTI, ordenó al secretario general la cancelación del acuerdo. En el fondo se manifestaba la competencia televisiva (el monopolio de la información estaba inconforme porque Canal 13 había obtenido los derechos y transmitido el "Mundialito" de Uruguay 1980).

b) Jorge Cueto había firmado un contrato con Televisa, el cual consistía en que Canal 13 adquiriera los derechos sobre una repetidora en Ciudad Victoria, pero cuando fallara algún canal de Televisa haría uso de la repetidora. "Pero si las microondas son del Estado y el Canal 13 es del Estado", dijo Ferriz.

La decisión del director fue hacer valer la condición del canal oficial a fin de conseguir prioridad en la explotación de las concesiones y microondas, antes de los particulares. 7 días después Pedro Ferriz daba a conocer los cambios que realizaría: no habría modificaciones sustanciales en la programación, se defenderían los valores mexicanos y los intereses del público televidente, se harían programas con contenido social y cultural. Especialmente programas contra las campañas publicitarias consumistas y fraudulentas. La reestructuración se iniciaría con un estudio y auditoría para "encauzar" la economía del canal.

Las actividades, de acuerdo a los planes de Pedro Ferriz, se iniciarían a partir de los siguientes aspectos:

- a) Preferencia a la producción del canal y de NOTIMEX.
- b) Sólo se contratarían series extranjeras que tengan un contenido universal.
- c) Se platicaría con Emilio Azcárraga (TELEVISA) para ver la forma de transmitir en forma directa el mundial de España (1982).
- d) Emisión de programas especiales de la NASA etc.,

No se haría, señalaba el director, una televisión oficialista ni demagógica, "no vamos a hacer una hora nacional grandota".

Con dichos lineamientos Ferriz comienza a hacer cambios en la televisora, el que más repercusiones trajo fue la remoción de José Ramón Fernández por Jorge Berry. Empero lo analizaremos ampliamente en el siguiente apartado. De los otros cambios tenemos el de Emilio García Riera, uno de los más reconocidos críticos de cine en México.

Por otra parte Pedro Ferriz hizo desaparecer varios programas: uno musical matutino, otro llamado "Canto, Cuento y Color", dejando de lado los estudios o ruta crítica: "Red de actividades para la presentación de nuevos programas", procedimiento exigido por Margarita López Portillo para cualquier cambio de programas.

En cuanto al personal, también pasó por alto las indicaciones de la directora de RTC para que no se cambiara a nadie sin causa justificada y menos si era de administraciones anteriores. Era de suponerse que tal medida era para evitar que continuara el deterioro de la imagen de Canal 13. El director hizo caso omiso y colocó en los puestos de dirección a personal de su confianza, haciendo a un lado a quienes laboraban en la emisora desde años atrás: nombró Contralor a Alejandro Luis Castillo.

administrador de Notimex. Manuel Morales de la Parra y Manuel Díaz Frago-
so fueron nombrados gerentes de Programación y Administrativo de Noticie-
ros, respectivamente. Arend A. Olivera fue asignado su secretario parti-
cular. (69)

Los malos manejos desde un principio se hicieron visibles, según la
revista Proceso "A su secretaria Luz Marfa Blendo y a un capitán de ape-
llido Romero les dio tarjeta de crédito con cargo a Corporación Mexica-
na de Radio y Televisión". (Proceso # 254 14 de sept. 1981 p.7)

Además, precisa la publicación, "su compañía de publicidad Nasca...
también resultó beneficiada: por un proyecto especial dedicado al "Voya-
gerII" pagó 365 mil pesos en lugar de los 687,900 que marcaban las ta-
rifas.

4.10.1 DESPLAZAMIENTO DE JOSE RAMON FERNANDEZ, EL DESACATO A LA SEÑORA

El cese de José Ramón Fernández sería uno de los acontecimientos
que con el paso del tiempo traería sus secuelas. Este fue sustituido por
Jorge Berry (periodista estrella de Televisa y con 8 años de experiencia,
sobre todo en el área deportiva) en la gerencia de Eventos Deportivos.

A Jorge Berry y Pedro Ferriz Santacruz los unían lazos de amistad
desde que el primero era infante. Al momento que Berry toma posesión
Berry reconocía la oportunidad "para desarrollarme un poco más a fondo
en los aspectos administrativos y de contratación de eventos..."

Resulta sintomático que, pasando en contra de la voluntad del di-
rector, José Ramón Fernández es reinstalado en su puesto y, lo que es
más, se haya sostenido en Canal 13 desde la administración de Enrique
González Pedrero (1973) hasta la fecha.

El ingreso de José Ramón Fernández al canal estatal se remonta a 1973. Siendo Administrador de Empresas, egresado de la Universidad de Puebla, se integra a un canal televisivo de lo que antes era Televisión Independiente de México (TIM).

Para Miguel Angel Granados Chapa, Ramón Fernández dista mucho de "ser un enemigo de los intereses en la televisión y en el fútbol. Después de ser uno de los más militantes miembros del Frente Universitario Anticomunista, la versión del MURO (grupo estudiantil de ultraderecha) en la Universidad de Puebla. Fernández trabajó en 1973 en Televisa y luego pasó al trece, donde llegó a ser Gerente de Eventos Deportivos. Desplazado por la nueva organización informativa del canal gubernamental, no tardó en acomodarse a la nueva situación, aunque ello hubiera implicado una disminución de su rango..." (70)

4.10.2 JOAQUIN LOPEZ DORIGA VS JOSE RAMON FERNANDEZ
LA LUCHA SE REINICIA

En 1973 José Ramón Fernández es contratado por el Canal 13 con un sueldo de 8 mil pesos para ocupar la Gerencia de Eventos Deportivos. En diciembre de 1979 deja el puesto y ocupa la jefatura de Noticias Deportivas, ya en 1980 vuelve a ocupar la Gerencia de Eventos Deportivos.

Sus conflictos en la emisora, según Fernández, se remontan a la época de Alejandro Palma Arguelles, quien lleva consigo a Joaquín López Dóriga y Jorge Cueto García.*

El gerente de Eventos Deportivos es explícito: "A su llegada al canal López Dóriga me dice: 'mira José Ramón, unas declaraciones tuyas a Proceso molestaron mucho y no es conveniente'. Efectivamente, habfa criticado a la selección de futbol y habfa mencionado que no era justo que la imagen del Presidente fuera dirigida desde Televisa, con Aurelio Pérez 'Villamelón' al frente. Incluso, Luis de Llano también me dijo: 'Oye tus declaraciones sonaron de la fregada en RTC, ten cuidado'. Fue la primera advertencia".

Sin embargo las divergencias no eran personales sino de fondo. Debajo de todo estaba la competencia entre la televisora oficial y la comercial por ganar los mejores eventos deportivos y, por consecuencia, conquistar más auditorio.

Los ejemplos son varios, pero hay uno con el cual se da un marcado distanciamiento entre Fernández y López Dóriga. El primero explica que para las Olimpiadas de Moscú fue a ese país a arreglar los trámites correspondientes, porque para López Dóriga era más fácil contratar la señal

*Fuera de sus antecedentes José Ramón Fernández se ha caracterizado por "comentar con indicaciones de índole social-política las transmisiones, impide que se caiga permanentemente en el círculo de que el deporte es inocuo o tal como se le maneja en Televisa, como el nuevo opio del pueblo". (Froylán López Narváez, Proceso #247)

de la NBC, como lo hacía Televisa, pero entablamos pláticas con canadienses y soviéticos... En una reunión con los directivos informé de todos los trámites, reunión a la que no asistió Joaquín. Luego me llamé y me dijo que era un tal por cual, que era a él, antes que nadie, a quien tenía que informar.

Los enfrentamientos se recrudecieron todavía más cuando a Ramón Fernández lo responsabilizaron de contratar eventos deportivos, con el fin de utilizar éstos para aumentar el incremento del rating. La duplicidad de funciones, además, propiciaba el enfrentamiento pues López Dóriga siempre trataba de imponerse.

La situación era alarmante ya en esta época ya que por otra parte la corrupción había invadido el canal, vía "embute" a los reporteros: "el jefe de deportes de Canal 13 está en la nómina de la Confederación Deportiva Mexicana con un sueldo de 25.000 pesos, y antes lo estuvo en la del INDE..." (71)

La situación es que el 3 de agosto de 1981 se da a conocer la decisión de sustituir a José Ramón Fernández por Jorge Berry en la gerencia de Eventos Deportivos. Al primero se le da a conocer que "por instrucciones de la señora Margarita López Portillo... (ya sólo) formará parte del grupo de comentaristas".

El desplazamiento, para el afectado, es otra de las consecuencias de las presiones de Televisa para extender su monopolio, aprovechando la designación de Pedro Ferriz, con el apoyo de Joaquín López Dóriga. Dicha situación, agrega, también obedece a mi negativa "a pesar de los ofrecimientos de los directivos del equipo de fútbol para hablar de acuerdo con sus intereses".

De acuerdo a la versión del ex-gerente de Noticias y Eventos Especiales su salida se debió a una revancha mal intencionada, debido al autoritarismo y despotismo de López Dóriga que no deja de actuar de acuerdo a los intereses de Televisa. Finalmente justifica su actitud a partir de que "traté de crear un estilo diferente, de ser un crítico social, más real de lo que pasa en la vida, que no todo es deporte ni darle de golpes al pueblo".

Sobre la crítica por haber autorizado la adquisición de programas extranjeros a un costo excesivo, argumenta que "la intención era quitárselos a Televisa. Creo que lo único rentable en el Canal 13 son las series extranjeras... y los deportes..."

Hay otras versiones sobre la actuación de José Ramón Fernández en la televisora oficial. Angel Fernández, por suparte, señala que "mientras organizaba los eventos deportivos del Canal comencé a darme cuenta que... el entonces director -Jorge Cueto- en combinación con el maquinavélico José Ramón, compraban los derechos de transmisión de peleas importantes o de juegos de beisbol a un costo de 5 millones de pesos o más, mientras que ellos apenas habían comercializado el tiempo por sólo un millón de pesos..."

El desplazamiento de Fernández, como quiera que sea, ponía en el pináculo la inestabilidad del canal, de principio podría pensarse que con la salida de éste se resolvía la pugna a favor de Pedro Ferriz Santacruz y, por consecuencia, de Joaquín López Dóriga. No obstante la remoción levantaría más polvo: la anarquía e inestabilidad volverían otra vez, sobre todo porque tres semanas después (el 25 de agosto) José Ramón Fernández, por órdenes de Margarita López Portillo, sería reinstalado en su puesto haciendo a un lado, prácticamente, la autoridad que podría tener Pedro Ferriz, pues quien lo reinstala es Claudio Fariás, Coordinador General Ejecutivo de la emisora del Ajusco.

El boletín de prensa no podría ser más preciso para desconocer la jerarquía del director del Canal 13: "Por instrucciones de la señora Margarita López Portillo, directora general de RTC, el comentarista deportivo José Ramón Fernández se hará cargo nuevamente de su programa Deportivo". Y la puntilla para Ferriz Santacruz: "Para ratificarlo en su puesto... fue designado el licenciado Claudio Farías, Coordinador General Ejecutivo..." (72)

El reinstalado, por su parte, se limitaba a señalar que "no vuelvo condicionado sino con las mismas libertades... mis enfrentamientos con la competencia (es de suponerse que se refería a Televisa y López Dóriga) son puramente profesionales y nada más". (73)

La jugada reversible protagonizada por José Ramón Fernández creó un vacío de poder en la televisora gubernamental y, sobre todo, demostró la carencia de una política a seguirse en Canal 13; las luchas internas y los golpes bajos repercutirían en la programación y en la calidad de sus mensajes, amén de que el comercialismo había invadido su pantalla.

Los enfrentamientos internos no quedaban ahí, los golpes bajo el agua continuaban y cada quien trataría de ganar terreno, tanto desde el interior de la emisora como del exterior. El 30 de agosto, cuando José Ramón quiso reintegrarse al programa Deportivo, Joaquín López Dóriga, Pedro Ferriz de Cón (hijo del director) y Jorge Berry le impidieron la entrada al estudio. La lucha entonces ya se volvía frontal y abierta.

De alguna manera López Dóriga logró crearle el hueco a su rival: a pesar de que se reinstaló al comentarista las presiones internas no dejaban de surtir sus efectos; según el mismo Fernández en noviembre (1981) ya no se me invitaba a juntas, "se le restaba importancia a los eventos deportivos; cuando llegaba a una reunión de improviso, quienes estaban se

callaban la boca". (74)

Las coacciones también provenían del exterior, como se dio con lo del mundial de España: "una condición para que el canal volviera a obtener los derechos, señala José Ramón Fernández, era mi salida del canal... El mismo rumor indicaba que la sugerencia pertenecía a Televisa".*

Era un hecho que Ramón Fernández ya se había vuelto un estorbo para sus contrincantes y las presiones nunca dejaron de ejercerse. El discutido cronista estaba en la mira y sólo esperaban un error para sancionarlo.

El traspies de Fernández dio lugar a la zancadilla. Hacia fines de 1981 sería sustituido definitivamente de la Gerencia de Eventos Deportivos. El motivo: falta de un día a sus labores (se le adjudicaban 3).

La razón de su inasistencia fue que Tere Vale, comentarista del canal, lo había invitado a Chiapas para hacer un conjunto de entrevistas en torno a la gira presidencial de Miguel de la Madrid.

Su destitución implicaba, también su eliminación para "cubrir" el mundial de España, aunque continuaba en Deportv.

*Ya cuando Angel Fernández deja Canal 13 señalaría, sobre el mundial, que por un error de José Ramón Fernández el Canal 13 tuvo que pagar 200 mil dólares para transmitirlo. Este comentarista, agrega Angel Fernández, quiso ignorar a la OTI y difundirlo por sus propias pistolas.

4.10.2.1 JOAQUIN LOPEZ DORIGA Y "EL CANAL 14" O EL PODER
DENTRO DEL PODER

Como ya habíamos asentado anteriormente, la estancia de López Dóriga en la televisora estatal se inicia con el arribo de Alejandro Palma Arguelles. Con la llegada de aquél se inicia la avalancha del personal del monopolio televisivo, lo cual influiría en la orientación comercialista de la emisora oficial.

Con Joaquín López Dóriga, como director General de Noticieros, dice Guillermo Tenorio, se rechaza el tratamiento de la información. Con este ingresan también Pedro Ferriz de Cón y José Cárdenas Cruz.

Desde el principio de su gestión Joaquín López Dóriga trató de imponerse a costa de lo que fuera. Directores fueron y vinieron y Dóriga se mantenía inamovible. Sus enfrentamientos con diversos directores fueron notorios, tal como sucedió con Jorge Cueto García.

En el semanario Proceso se da una visión sobre el papel que jugaba en la emisora: "... de acuerdo con informes recibidos, de los seis primeros directores que pasaron por el Canal 13, cuatro deben sus renunciaciones a instrucciones provenientes de altos funcionarios de la secretaría de Gobernación y los dos últimos (Jorge Cueto García y Jorge Velasco Ocampo) a los enfrentamientos que tuvieron con Joaquín López Dóriga". Incluso sus enfrentamientos con Claudio Fariás, entonces Coordinador Ejecutivo y Pedro Ferriz, serían el motivo de su despido, como veremos más adelante.

Era una realidad que al director general de Noticieros se le había dado manga ancha en el canal, sus relaciones con José López Portillo eran buenas y eso le permitía, en cierta medida, maniobrar a su gusto. El poder adquirido lo llevó a dictar órdenes -y hacerlas cumplir- que sólo correspondían al director. Tanta era su influencia que a la dirección gene-

ral de Noticieros era calificada como el "Canal 14".

Según Miguel Angel Granados Chapa con la designación de Pedro Ferriz se resolvía "así una lucha interna en que habfan tenido severos enfrentamientos el doctor Cueto García, durante año y medio, y Joaquín López Dóriga..." (75)

López Dóriga trató de mantener el control de todas las actividades y a todos los niveles: en el aspecto administrativo las consecuencias fueron los enfrentamientos con Jorge Velasco y Jorge Cueto García, posteriormente serfan con Claudio Farías y en el campo de la programación están las pugnas con José Ramón Fernández.

Sin embargo López Dóriga también se distinguió por el dispendio. En virtud de que se le había dado amplio poder para tomar decisiones se hizo construir una oficina con una valor de 8 millones de pesos, incluyendo teléfonos digitales y aparatos eléctricos. Percibía un salario mensual de 279 mil pesos, en el cual se incluía: 4 mil pesos por cada noticiero de "Siete Días" y 7 mil pesos por cada programa "De Cara al Público" y su salario como director de Noticieros. (76)

En septiembre de 1981 Canal 13 contaba con 6 estudios, por decisión de Joaquín López Dóriga se destinaron 2 "exclusivamente" para 4 programas: "Siete A.M.", "Primera Edición", "Siete Días" y "Al Cierre". La demás producción de la televisora debía hacerse en los 4 restantes. Por lo tanto los estudios resultaban insuficientes y obligaban a hacer el pago de horas extraordinarias.

En 1981 bien que mal Canal 13 ya había adquirido -aunque limitada- cierta presencia en el sector de los medios de difusión; de alguna forma era tomado en cuenta. Sus mensajes eran vistos por un amplio sector de

la población y eso implicaba que había cobrado cierta importancia. Justamente por esa importancia política que adquirió se generaron otros problemas: a López Dóriga se le acusaba de corrupción por vender "protección" a la imagen de ciertos funcionarios, cobros especiales a los invitados a "De Cara al Público" y también se le adjudicaban alianzas con secretarios de Estado para promoverlos como presidenciables. (77)

Resulta incuestionable señalar que dichas anomalías eran posibles gracias a la falta de orientación y de un director con un "poder real" para decidir los destinos de qué y cómo se producirían los mensajes de la televisión oficial.

Los malos manejos también se daban en el uso del tiempo de pantalla. Para ese entonces se había vuelto un buen negocio comprar el tiempo de transmisión en la emisora del Ajusco. López Dóriga creó "Comentarios a la Noticia" -cápsulas de 30 segundos aproximadamente- y transmitía 7 por día; el costo de éstas ascendía a 35 mil pesos, cargado obviamente al Canal 13 puesto que eran hechos con su equipo. Después compraba "tiempo disponible" a 11 mil pesos el minuto (horario A) pero ordenaba su inserción en tiempo más caro (Triple A) cuyo costo por minuto ascendía a 108 mil pesos.

De tal forma que sus ingresos rebasaban el medio millón de pesos frente a los 1250 pesos que percibían sus compañeras de pantalla: Patricia Eugenia Gutiérrez, Adriana Pérez Cañedo y Amaya Escudero.

Poco antes de que Joaquín López Dóriga fuera echado a la calle se rumoraba que éste había partido a Houston para someterse a una operación. Con posterioridad se sabía que el Canal 13 cubrió los gastos de intervención (40 mil dólares), y la presidencia facilitaría un avión fletado para su traslado.

Podemos ver, pues, que el director de Noticieros y Eventos Especiales habfa establecido su "bunker", por momentos su poder rebasaba al del director y esto lo llev6 a cometer infinidad de anomalias que, finalmente, servirfan para cavar su propia tumba. Hacfa y deshacfa a su antojo, con 6l la situaci6n se habfa vuelto insostenible pues se habfa erigido en un poder dentro del poder.

LOS ULTIMOS 16 DIAS DE LOPEZ DORIGA EN EL 13

Resulta menester dar una visi6n retrospectiva de los acontecimientos que se daban en el 13 para explicar las circunstancias que dieron lugar a la caida de L6pez D6riga.

A causa de los desplazamientos que Pedro Ferriz Santacruz estaba llevando a cabo, contraviniendo las 6rdenes de Margarita L6pez Portillo en el sentido de no despedir a nadie, y por las contrataciones de personal proveniente de Televisa, el 18 de agosto de 1981 la directora de RTC gira instrucciones para que no se contratara a nadie si no era con la autorizaci6n del Coordinador General Claudio Farfas (primera desautorizaci6n de la sefiora L6pez Portillo a Pedro Ferriz).

La medida molest6 sobremanera a L6pez D6riga y se lanza a la ofensiva, junto con sus seguidores: el 23 de agosto -supuesto ardid de D6riga y de Ferriz de Con, hijo del director- se cita a una conferencia de prensa a los reporteros para dar a conocer la "renuncia" del Coordinador General.

Claudio Farfas, indignado informa del hecho a Margarita L6pez Portillo, 6sta le explica la situaci6n al presidente L6pez Portillo, el 24 de agosto, y se decide solicitar la renuncia de los Ferriz -padre e hijo- y de L6pez D6riga. En virtud de que el informe presidencial es-

taba a la puerta se decide posponer la medida hasta después de éste. (Valga recordar que por estas fechas, el 25 de agosto, José Ramón Fernández es reinstalado y viene a ser otro factor que caldea el ambiente. Esta medida puede interpretarse como la segunda deautorización de Margarita López Portillo a Pedro Ferriz Santacruz).

Empero el mismo 25 de agosto se vuelve a mencionar la renuncia de López Dóriga y Ferriz de Con, el primero amenaza con no hacer el noticiario "Siete Días". Por su parte el director del Canal 13 pretendía hacer creer que no había problemas, mucho menos cambios en los puestos directivos pues sólo eran "rumores infundados, propiciados por los espíritus chocarreros".

Para el 27 de agosto los rumores sobre el viaje de Joaquín López Dóriga a Houston serían desmentidos por él mismo en el noticiario, como un abierto desafío a la medida acordada por Margarita López Portillo y el presidente de la República en el sentido de que debía renunciar.

En franco reto señalaba que no viajaría porque su lugar estaba al frente de la dirección de Noticias.

Tres días después se daría el enfrentamiento entre López Dóriga, Ferriz de Con y Jorge Berry por no dejar que José Ramón Fernández retomara su puesto en el programa Deportv.

4.10.2.3 EL PRELUDIO DEL FIN

El principio del fin ya se habfa iniciado. La autoridad del director tenfa tiempo que no se veía. Dentro del canal cada quien trataba de imponer su ley a como diera lugar. En pocas ocasiones la situación se habfa vuelto desastrosa.

Por último se llega al acuerdo de convocar al Consejo de Administración del Canal 13, el cual se reunirfa el 4 de septiembre en la residencia oficial de Los Pinos. Asistieron Margarita López Portillo, presidente del Consejo; Víctor Fuentes y Fuentes, secretario; Alberto de la Llave Fernández, comisario y los consejeros Luis Javier Solana, Reynaldo Jaúregui y Roger Díaz de Cossío, entre otros.

En la reunión se informa de las actividades del director de Noticias y deciden pedir su renuncia, información que se hace del conocimiento del presidente José López Portillo ese mismo día ante lo cual da su aprobación, siendo Luis Javier Solana el comisionado para informarle a López Dóriga la decisión tomada.

Esta situación prueba fehacientemente hasta dónde habfa llegado el poder de Joaquín López Dóriga. Su renuncia bien pudo haberse la pedido el director del canal o, en su defecto, la directora de RTC, sin embargo hasta que no se dio la aprobación del presidente fue sustituido. El poder dentro del poder se habfa desmoronado.

El vacío de poder dejado por el director -propiciado por la falta de directrices, por la disputa del canal oficial, por el juego de intereses etc.,- ponfa por enésima vez en la cúspide de la crisis a la emisora gubernamental.

El viernes 4 de septiembre a las 11 de la noche Luis Javier Solana, director de Comunicación Social de la Presidencia, informa a López Dóriga la decisión, antes lo había invitado a salir de las instalaciones y en el camino lo pone al tanto de la decisión. En la madrugada el ya ex-director de Noticieros pretendió entrar al canal a recoger sus pertenencias, sin embargo había la orden de no dejarlo entrar.*

López Dóriga prácticamente estaba liquidado, por su salida pudieron conocerse conflictos que, en otras circunstancias, no hubieran salido a la luz pública. No obstante otro hecho que tuvo peso en su destitución fue su estrecha relación con Miguel Lerma Candelaria -Diputado Federal por Ciudad Juárez- quien era buscado por fraude al BANRURAL. Lerma Candelaria, señalaba José Luis Mejías en su columna "Los Intocables" de Excélsior, metió a Joaquín López Dóriga en el negocio de los subsuelos y desmontes, en calidad de contratista.

Dos días después que López Dóriga y Ferriz de Con son expulsados de la televisora, Jacobo Morett, director de Relaciones Públicas, en conferencia de prensa informa que "Hemos recibido amenazas de muerte... López Dóriga, Ferriz de Con y sus seguidores pretendieron tomar por asalto el estudio de grabación de 'Siete Días', utilizando inclusive el nombre del presidente. También trataron de sabotear la transmisión cortando el servicio de télex de información nacional, pero se pudo salir al aire" (Cine Mundial 8 de septiembre de 1981).

*El sexenio de López Portillo, en el sector de los medios de difusión gubernamentales, se caracterizó por las innumerables contradicciones que se dieron. El caso del actual régimen tampoco escapa a ello. Ya con Miguel de la Madrid Hurtado, López Dóriga, a pesar de su vergonzosa salida, es reintegrado en el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION). Vuelve por sus propias huestes y aún en contra de quienes no se identifican con él, reintegro que pone en tela de juicio los criterios para seleccionar a quienes dirigen los medios de difusión oficiales.

Junto con López Dóriga se fueron 15 reporteros. Según Morett sólo se esperarían "los 3 días que marca la ley para levantar el acta de abandono de empleo". Ferriz de Con, por su parte, no se había presentado desde el jueves 3 de septiembre. El director de Relaciones Públicas aclaraba que finalmente los ceses se dieron "por desacato al Consejo de Administración, al no aceptar la reinstalación de José Ramón Fernández ordenada por la directora general de RTC y presidente del Consejo Margarita López Portillo". (78)

4.10.3 FRANCISCO IGNACIO TAIBO ASUME LA DIRECCION DE NOTICIEROS

Con la destitución de López Dóriga la dirección general de Noticias pasa a manos de Francisco Ignacio Taibo. El 5 de septiembre, fecha en que asume el cargo, casi todo el equipo de reporteros y redactores del canal se encontraban en casa del primero, por consecuencia era insuficiente el personal para sacar al aire "Siete Días", empero entre 15 colaboradores y "voluntarios" sale el noticiario, encabezado por Sergio Romano, José Cárdenas Cruz y José Ramón Fernández. El domingo 6 de septiembre el noticiario aparece sin créditos.

El mismo 5 de septiembre son selladas las oficinas de Joaquín López Dóriga y hasta el medio día del 7 de septiembre 2 de sus encargados las recogerían, cada papel sería revisado minuciosamente.

La versión de los seguidores del ex-director de Noticias señala que fueron invitados a salir del canal entre empujones, gritos y cateos. "Fue como un golpe de Estado, (Francisco) Taibo e (Javier) Ibarrola se apoderaron de la redacción a la fuerza".

La explicación oficial es diferente: "Con el fin de boicotear el noticiario, López Dóriga mandó llamar a todos los reporteros -que se dieron cita en su casa- para esperar la llamada del Presidente de la República, quien devolvería su cargo al conductor".

Es creíble que López Dóriga haya esperado que José López Portillo le devolviera su puesto, sobre todo porque siempre se sintió extremadamente protegido y de hecho lo estuvo, su actuación en el canal es más que explicativa: la prepotencia y el autoritarismo fueron sus características, en diversas situaciones rebasaba la propia autoridad del propio director general.

La cuestión es que, independientemente de las dos versiones sobre la salida de Dóriga, éste era expulsado junto con Jorge Berry y Pedro Ferriz de Con. Desde ese momento la situación de Pedro Ferriz Santacruz quedaba definida: debía dejar la dirección.

La puntilla se clavaría el 7 de septiembre: Mario G. Forrow, jefe de asesores jurídicos del Consejo de Administración de Canal 13, reintegra sus puestos a los funcionarios que Ferriz Santacruz había relegado: Federico Ross Rosillo, Contralor General; José Luis Cano, director de Promoción, Comercialización y Ventas; Ricardo Rodríguez, gerente de Producción y José Ramón Fernández, gerente de Eventos Deportivos. Se dieron 2 nombramientos más a Francisco Taibo y Javier Ibarrola, director de Estrategia, Programación y Noticieros el primero, y gerente de Noticias el segundo. En el programa "De Cara al Público" quedaban asignados Juan Ibarrola y Virgilio Caballero, comentaristas sustitutos de López Dóriga.

4.10.4 LA SALIDA DE PEDRO FERRIZ SANTACRUZ Y LOS MALOS MANEJOS

La herna del Canal 13 había estallado. Con la pugna de Joaquín López Dóriga y José Ramón Fernández, inicialmente, salieron a relucir los enfrentamientos que venían arrastrándose desde años atrás.

Al séptimo del ruedo, como el propio Ferriz se calificó, le clavaron banderillas que no le correspondían; cometió errores, pero él vino a cargar con otros conflictos.

De tal suerte que al paso de 49 días Ferriz Santacruz es dado de baja por haber abandonado el puesto. En la sesión que había tenido el Consejo de Administración el 4 de septiembre se denunciaron las anomalías en que había incurrido, de las cuales hablaremos con posterioridad, pero la decisión ya estaba tomada.

En realidad el paso del séptimo director de la emisora gubernamental no tuvo mayor trascendencia a no ser por el esclarecimiento de los manejos oscuros y el relucimiento de la corrupción, problemas que fueron el resultado más que de Ferriz de administraciones anteriores.

Froylán López Narváez da una semblanza de la situación prevaleciente en Canal 13 hasta junio de 1981, un mes antes de que Ferriz Santacruz asumiera la dirección: "Varios de los directores -señala el profesor Narváez- han renunciado, dicen, por su excesiva dependencia de la jefatura central. No se les dejó hacer televisión popular ni crítica. Se les obligaba, dicen, a pagar emolumentos (retribución) a mediocres, a 'aviadores', a líderes sindicales charros, a comprar series extranjeras ajenas a las necesidades de una televisión inteligente y útil; e incluso algunos de ellos afirman que se les pedía cuenta..."(79)

De ahí que la situación de Canal 13 con Jorge Cueto García se debatía entre un presupuesto agotado y horarios desertos de patrocinadores. A ello debemos agregarle la falta de autonomía del director para llevar a cabo medidas que remediaran la situación; la combinación de estos factores, entre otros, determinaron la nulificación de Pedro Ferriz pues en última instancia su papel se veía reducido a una caricatura ya que realmente no tenía poder para hacer cumplir sus órdenes. Lo único que hizo fueron 3 ó 4 movimientos de horarios y la terminación de algunos programas.

Con la administración de Pedro Ferriz también se ventiló el uso inadecuado de los recursos, se le culpaba de haber comprado programas a bajo precio y facturados a un costo más elevado "... se aviaron programas y producciones con bienes y servicios de costo exorbitante despilfarrador; se han pagado nóminas con remuneraciones cuantiosas e inmerecidas; se han hecho negocios de publicidad combinando compradores y vendedores; el nepotismo sobrevino sin reboso alguno..." (80)

En cuanto al nepotismo del director de Canal 13 se tienen 2 nombramientos que otorga a 2 de sus hijos:

1º A su hija, Gabriela Ferriz, la nombra colaboradora de Jorge Saldaña, ésta además ya tenía participación en "Las 13 Preguntas del 13".

2º A su hijo, Pedro Ferriz de Con, lo nombra director del noticiario "7 A.M.", con un salario mensual aproximado de 200 mil pesos. Como el noticiero duraba 4 horas se tuvo que sacrificar el programa "Esta Mañana", dirigido por Sergio Romano. Esta situación modificaba toda la barra matutina, lo cual también implicaba el desplazamiento de

30 personas y la contratación de otras sesenta sin tomar en cuenta al sindicato.

El manejo inadecuado rebasaba el aspecto administrativo y organizativo para llegar a las finanzas. Fue acusado de autorizar recursos de la televisora a fin de beneficiar a terceras personas y a él mismo:

a) Al inicio de su gestión autoriza a su secretaria y a un capitán de apellido Romero tarjeta de crédito con cargo al canal oficial.

b) Su compañía de publicidad (Nasca) se vio beneficiada por un programa ("Voyager II") transmitido por la televisora: pagó 365 mil pesos en lugar de los 687,900 que correspondían.

c) En su periodo también autorizó un cheque de 500 mil pesos para comprar un automóvil marca Caprice, facturado a nombre de Arned Olivera, su secretario particular.

d) Realizó viajes a Mérida (por "cuestiones de trabajo", fuera de sus labores como director) en avión rentado a cargo de Canal 13 y

e) Utilizó, el 4 de septiembre, siete canales y 2 unidades móviles de la difusora para filmar la boda de su hija, haciendo a un lado la filmación de "La Vida es Sueño". (81)

Teniendo como marco las anomalías y en medio del campo de batalla en que se había convertido la televisora gubernamental es como Pedro Ferriz es despedido, que no renunció, por abandono de empleo.

Sus hombres le habían fallado a la directora. "No quiero hablar del pasado", se limitaba a contestar cuando era cuestionada sobre la salida de López Dóriga y de Ferriz. Tal parecía que ahora sí los hombres capaces se habían terminado y, como ya no se podía confiar en nadie,

la directora de RTC se encargaría de asumir la dirección del 13 para "meterlo en cintura".

Enfáticamente declara que "los ceses ocurridos en Canal 13 son para mantener la disciplina y han obedecido a que los designados se han dedicado más a la política que a la administración de los intereses de canal 13" y por ello existe la posibilidad de que ella se haga cargo personalmente de la televisora.

Un par de días más tarde la directora de RTC asumiría la dirección (por las tardes en Canal 13, por las mañanas en RTC), a fin de superarlo y evitar la competencia con Televisa. No tenía empacho en evidenciar la inconsecuencia de su discurso y la realidad, tal pareciera que en la emisora del Ajusco no pasara nada. La ambigüedad, por otra parte, evidenciaba su confusión. Cuando da a conocerse la decisión de que ella asumiría el mando afirma que la programación televisiva oficial no es mala "creo, decía, que hemos estado a un nivel bastante decoroso (?). Muchas veces me han dicho que se defina la programación, que se defina el 13, pero yo me pregunto: ¿cómo se va a definir un canal? Si éste tiene que ofrecer diversión, cultura y educación por eso hay que encontrar, entre esas formas, la programación adecuada..."(82)

Al mismo tiempo se da a conocer que -el 10 de septiembre de 1981- "las 13 Preguntas del 13" serían conducidas por Jorge Saldaña en sustitución de Pedro Ferriz. De su lado empleados, funcionarios y representantes sindicales solicitaban "una democratización en el reparto del trabajo" para que a todos se les diera la oportunidad de demostrar su capacidad y buena voluntad hacia la empresa. La efímera, fugaz, administración de Pedro Ferriz Santacruz llegaba a su fin.

Los pocos avances logrados por Jorge Velasco Ocampo se encargó de eliminarlos Jorge Cueto García -sucesor de aquél-, llevó al 13 a su máxima comercialización y lo sumió en una de sus más graves crisis, la cual, con Pedro Ferriz, vino a estallar junto con otro tipo de anomalías en que éste cayó.

Sin embargo en el fondo -y este es un problema que estuvo presente en todas las administraciones del Canal 13 con José López Portillo- es la manifestación de la carencia de directrices que señalaran qué rumbo debía seguirse en la administración y programación del canal oficial. Dicha situación, como señala Florence Toussaint, "sin programas, políticas, concepciones claras, la joven televisión del Estado se debate en una alternativa absurda: dedicarse a educar según un patrón limitado y escolar para evitar convertirse en una opción cultural, o ser la segunda voz de la televisión comercial..."

En 1981 Canal 13, contradictoriamente, había logrado su expansión a 26 estados de la República con 38 repetidoras, un alcance muy significativo pero que en la práctica se veía eliminado por la falta de una buena barra de programas con capacidad para arrebatarse su auditorio a la televisión mercantil.

4.11 CLAUDIO FARIAS, 8º Y ULTIMO DEL SEXENIO

El ascenso de Claudio Fariás a la dirección de Canal 13 se da justamente cuando el México de los ricos de hecho se ha desvanecido, de un momento a otro la bonanza había terminado; si en un principio López Portillo llamó a "saber administrar la riqueza", ahora la situación era totalmente contraria: la crisis económica, en apariencia superada a principios del sexenio, vuelve a manifestarse a través de la incesante fuga de capitales. El desastre se avecinaba.

Las posturas contradictorias se manifestaban a diferentes niveles y ponían a relucir la incoherencia entre lo que se decía y las medidas llevadas a cabo por el gobierno. Resulta menester recordar que cuando Claudio Fariás asume la dirección coincide con el entierro del proyecto de ley de comunicación social encargado a Luis Javier Solana, director de Comunicación Social hasta febrero de 1982. Dicho proyecto pretendía cambios sustanciales a la estructura de los medios de difusión privados y gubernamentales; a pesar de que era un estudio serio y exhaustivo se declina la voluntad de llevarlo a cabo. Paralelamente se da también la sustitución de Solana por Francisco Galindo Ochoa, quien se caracterizaría por endurecer la postura gubernamental frente a los críticos del gobierno (se dio el retiro de la licencia a Francisco Huerta, la suspensión de las inserciones pagadas a revistas como Proceso y Política, además de su constante negativa a conceder autorización para instalar radiodifusoras en las universidades de Guerrero y Puebla así como la interferencia de Radio Juchitán).

Inclusive la postura de Galindo Ochoa tendría repercusiones directas al interior del Canal 13: en julio de 1982 por órdenes de éste, Rogelio Hernández Huerta es cesado de su puesto por señalar fallas de la subsecretaría del Deporte, a cargo del Dr. Manuel Mondragón y Kalb. Angel Fernán-

dez, en aquel entonces funcionario, había señalado a los reporteros: "...este es un canal del gobierno y tenemos que alabar el trabajo de los funcionario y no hacer públicos sus errores".

De otra parte tenemos también que con Francisco Galindo se cancela definitivamente la legislación sobre el derecho a la información y no habría después ninguna posibilidad de rescatarlo.

Con estos acontecimientos de hecho se marca el papel que jugaría el gobierno frente a sus medios de difusión, a pesar de que las declaraciones oficiales siempre se hacían en el sentido de utilizar éstos para dar una información veraz y eficiente, de acuerdo a los intereses y necesidades de la población.

Dichas características permitirían definir en qué términos se daba el proyecto gubernamental de comunicación social y en ese contexto, entonces, se da la remoción de Pedro Ferriz Santacruz que es sustituido por Claudio Farías.

Los conflictos que hemos señalado en líneas anteriores se verían reflejados en el desarrollo de la televisora gubernamental. El alto grado de crisis y anarquía prevalecientes en el Canal 13 cuando Pedro Ferriz deja la dirección de hecho se expresarían como un reflejo de las contradicciones en que incurrieran los encargados de la difusión estatal.

Claudio Farías asume el mando de Canal 13 después de 18 días que estuvo a cargo de Margarita López Portillo, directora de RTC. Sin embargo sería el "Coordinador" mas no el director, lo cual implicaba restarle poder y autorización para hacer cambios si no era con el debido reconocimiento del Consejo de Administración.

El "Coordinador" ya tenía tiempo trabajando en el canal oficial, no obstante los puestos que había desempeñado eran meramente administrati-

vos y, como él reconocía, no tenía un amplio conocimiento de la industria televisiva.

Su primer objetivo es sanear la economía de la difusora y entregarlo trabajando con números negros. Un año y 3 tres meses le quedarían para demostrarlo.

De la entera confianza de Margarita López Portillo, Claudio Farías le es impuesto a Pedro Ferriz y no es gratuito que durante la gestión de éste haya tenido serios enfrentamientos con Joaquín López Dóriga, a tal grado que Dóriga presionó para que fuera sustituido.

4.11.1 QUE HIZO CLAUDIO FARIAS

Los cambios no se hicieron esperar, tan luego toma el puesto inicia cambios en la programación. La primera barra alterada es la matutina pues se inicia con la sustitución del programa "7 A.M." por otro. El noticiario sería dirigido por Tere Vale y ya no por Sergio Romano. Según Rafael Martínez, editor de Teleguía, a los 30 días los números informan que el programa alcanza la mitad del auditorio de "Hoy Mismo".

Las modificaciones incluían también la eliminación del noticiero "Al Cierre" y el cambio de horario de "Siete Días". El primero se hizo, el segundo se mantuvo en su horario de transmisión original.

Francisco Ignacio Taibo, director de Estrategia, Programación y Noticias, se ve precisado a renunciar en virtud de que no fue informado de los cambios por Claudio Farías, apenas 32 días después de asumir el puesto, lo sustituye Javier Ibarrola el 7 de octubre de 1981. Este, a la vez, sería remplazado en abril de 1982, aparentemente por los cambios de programación instrumentados por Claudio Farías.

Detrás de los cambios se encontraba por nueva cuenta la inestabilidad y serían indicativos de los "cambios de orientación", tal como lo prueban sus declaraciones a la prensa el 5 de diciembre de 1981:

Además de los cambios anteriores la barra infantil se modificaría y se eliminaban actores como "Bubulín" pues "nada tienen que ofrecer al público infantil". En tanto "El Chapulín Colorado" es el mejor programa para niños, según Farfás. Por otra parte señalaba que la programación sería nacionalizada "sin bailar todos los días el jarabe tapatío"

Según Claudio Farfás en dos meses se habían liquidado deudas anteriores por 400 millones de pesos, además del pago de 50 millones en aguinaldos.

Con Claudio Farfás se integraría Fernando Marcos, cronista de la televisión privada. Igualmente se incrementa la comercialización e, in-tempestivamente en abril de 1982 Claudio Farfás presenta su renuncia, pero no le es aceptada. El rasgo que distinguió su administración fueron los cambios de programación a lo largo de 1982.

La renuncia de Farfás, a 5 meses de su nombramiento, aunque no es reconocida oficialmente, pone en evidencia la autoridad del director para llevar a cabo las modificaciones que consideraba pertinentes; la libertad que éste tenía era, pues, en exceso limitada. A nuestro juicio, ésta sería una explicación de la ingobernabilidad de la televisora oficial, en virtud de que un gran número de funcionarios tenían ingerencia en la toma de decisiones (la misma organización del Consejo de Administración daba lugar a ello) y el director se veía limitado a ser sólo un instrumento para poner en práctica tales decisiones.

4.11.2 LA ADQUISICION DE FERNANDO MARCOS

De narrador de eventos deportivos hasta comentarista de problemas sociales (La Contaminación) Fernando Marcos pasó a la lista del personal de Televisa que se integraba a las actividades del canal oficial. Si bien la competencia entre éste y la televisión privada entraba en un estado de pasividad esporádicamente se escuchaba la noticia de algún cambio. El caso de Fernando Marcos ponía en el pináculo, por nueva cuenta, la rivalidad para conquistar el mayor número de televidentes y, por consecuencia, hacer más rentable la televisora.

De su salida Fernando Marcos señala que se debe a diversos factores, entre los cuales destaca el hecho de que en el Mundial de España fue mandado bajo las órdenes de Carlos Reynoso ex-jugador del equipo América, lo cual implicaba una falta de respeto para él.

Otro problema que se agudizó, precisó, fue el manejo de la información: "Yo no estoy de acuerdo con que a la gente se le engañe, se le manipule en un partido de fútbol, obligándolo a oír 90 minutos de verborrea. Eso quiere decir que es la política de la empresa... yo dentro de eso no encajo..." (83)

La salida de Fernando Marcos, indica, fue en la medida en que mi presencia sancionaría un sistema de transmisión con el que no estoy de acuerdo y si no estoy de acuerdo lo mejor es que cambie de aires, además que "resulta un honor que la señora López Portillo (Margarita) me haya llamado a trabajar con ella".

Fuera de las anécdotas y de las justificaciones la explicación a los cambios obedecía más a un problema de carácter competitivo entre las televisiones oficial y privada. Y esta competencia no sólo se daría con el "robo" del personal de Televisa, también incluiría la programación.

4.11.3 LA PROGRAMACION DE FARIAS Y LA COMERCIALIZACION

A fuerza de querer un saneamiento de las finanzas, la programación sufrió cambios notables. No obstante muchas modificaciones se daban sin coherencia alguna, la "revoltura" y falta de relación entre cada uno de los programas era visible. El equilibrio se había roto por completo: "a la semana se transmitían 81 series diferentes, la mayor cantidad de corte periodístico y reportajes. Los niños son atendidos profusamente, con 12 programas. Los deportivos de han reducido a 4 espacios: futbol, tenis, box y Deportv". (84)

Las novelas vuelven después de estar ausentes: 7 en total. No hay programas científicos pero sí de concursos.

Los cambios, según Florence Toussaint, no denotan renovación, más bien parecieran evidenciar el caos que puede crear la carencia de un proyecto coherente e institucional.

Dentro de los cambios de programación se tenía el tino de incluir horóscopos, lo cual ponía de manifiesto la incertidumbre y la falta de criterios para la selección de los programas. Los saltos de programación dejaban entrever la falta de capacidad del director, a tal grado que en abril de 1982 éste se ve precisado a renunciar.

Resulta probable que no se le haya aceptado la renuncia para no continuar con el descrédito del canal del Ajusto, aunque para equilibrar esa falta de coherencia en la programación es nombrado Coordinador General Santiago Marugán, quien tenía un cargo semejante en RTC. De cualquier forma, pues, el cambio ponía en entredicho la actividad de Claudio Farías. Los cambios de programación persistieron desde septiembre de 1981 hasta su salida.

Se llevaron a cabo, por ejemplo, cambios en el mes de mayo para ajustar el presupuesto del canal y se anuncia que se volverían a transmitir algunos conciertos que han sido de gran aceptación por el auditorio.

Dos meses después, julio, se anuncia la ampliación de "7A.M.", el corrimiento de horario de "Cotorreando la Noticia" y "Paralelo Cero"; se elimina el noticiero "Seis Treinta" y en el área de noticias se incluye "Desde la Redacción". "La Bella Epoca del Cine Nacional" se limitaría a los sábados y se eliminaba "Ultima Función" y "Cine Club del 13".

Los cambios no pararon ahí. En septiembre se modificó la barra nocturna: se inician los célebres "miércoles de etiqueta" a las 22 horas bajo el patrocinio de "el brandy de la pantera". Franca era la competencia con las películas que en el mismo horario transmitía Televisa.

Junto con el programa de reordenación se daba un incremento exagerado de la comercialización; los vinos, licores, cigarrillos y cerveza habían invadido por completo la pantalla oficial.

El nivel de comercialización llegó a tal grado que el Congreso del Trabajo se vio precisado a cuestionar el papel del gobierno y de Canal 13:

"No hace mucho tiempo, decía el CT en su comunicado, que las propias autoridades del Canal 13 anunciaron, con bombo y platillo, que reducirían publicidad de bebidas alcohólicas, ante el grave problema que representa dicha enfermedad en nuestra sociedad.

"Sin embargo, agrega, el Campeonato Mundial de Fútbol sirvió para hacer evidente que ni a los directivos de ese Canal, y menos aún a los concesionarios privados parece importarles los fines que, en cuanto a integración nacional y educación, debe cumplir cualquier medio de comunicación masiva.

"Resulta ilógico, finaliza el documento, que el Estado marque normas de conducta para la actividad televisiva y sus propias emisoras sean las primeras en pasarlas por alto, por un afán meramente mercantilista". (85)

El alto índice de comercialización explicaría las constantes declaraciones sobre el saneamiento de las finanzas de la televisora. Empero resulta sintomático que gradualmente se olvidan las declaraciones sobre la producción de una televisión distinta cualitativamente: ya no se hacen alusiones a la televisión de servicio social porque Canal 13 ya había definido plena y totalmente su carácter comercial y mercantilista, poco a poco fue acoplándose. Su programación y el tipo de mensajes comerciales, como lo hemos señalado, lo demuestran.

En junio de 1982 podía, ya, darse el lujo de comprar equipo por 23 millones de pesos. A pesar de la crisis económica del país, señalaba Claudio Farfas, se harán esfuerzos por sacar adelante el barco desmantelado que me entregaron. (86)

El costo era demasiado alto: la función social que en sus albores se le había adjudicado quedaba suprimida por completo, a pesar de que, como señalaba el director de Administración y Finanzas, Manuel Jiménez San Pedro, el equilibrio se lograba "sin perjuicio o menoscabo de sus lineamientos encaminados a servir al teleauditorio". Es más, 15 días antes había declarado que el 80% de la deuda estaba cubierta y 2 meses después su economía sería saneada completamente". (87)

Pablo Marentes, sucesor de Claudio Farfas, desmentiría tales versiones y echaba por la borda las declaraciones ya cuando es director del Canal 13. En enero de 1983, de acuerdo a los datos de una auditoría llega a la conclusión de que en la administración de Farfas se erogaron 3 mil doscientos millones de pesos. Los ingresos efectivos -sin tomar en cuenta los

intercambios- ascendieron a 900 millones. Es decir, resultaba un déficit de 2 mil 300 millones de pesos que en ese momento no supo explicar (Marentes) cómo fue cubierto. (88)

Son elocuentes las cifras, éstas evidencian la manipulación de los datos por parte del equipo de Farías para difundir una imagen que no correspondía con la realidad.

Esta situación se explica en función de que los administradores del Canal 13 se veían en la necesidad de mejorar la imagen de esta emisora a costa de lo que fuera y, en última instancia, justificar su paso por ella. Su descrédito era mayúsculo.

La administración de Claudio Farías permitió darle a la emisora del Ajusco una estabilidad relativa, lo cual no quiere decir que los problemas se hayan resuelto; por último se decidió el camino más fácil: dejar hacer y dejar pasar.

Después de abril de 1982, cuando el último director del sexenio Lópezportillista quiso presentar su renuncia a la dirección y ante la finalización de éste, se puede inferir que para frenar el deterioro de la imagen del Canal 13 y evitar las convulsiones se permitió a Claudio Farías continuar con su tendencia a sanear la economía de la televisora a costa del sacrificio de los contenidos que se difundían.

Antes de entrar en el cierre de este período es necesario hacer un análisis del informe de Claudio Farías presentado al Consejo de Administración, donde se señalaban los avances logrados en 11 meses de gestión:

En primer término señaló la reducción de la asignación presupuestaria mensual (19 millones de pesos), sin que ello fuera en detrimento de la calidad de los programas; en 1982 Canal 13 ya alcanzaba, según Claudio Farías, una cobertura del 80% de la población del territorio nacional, igualmente el número de repetidoras crecía a 42; se hizo una re-

ducción de 222 (sic) plazas de trabajadores eventuales. Con Pablo Marentes, cuando era subdirector de Administración y Finanzas, este era un conflicto coyuntural. ¿quiere esto decir que 5 años después persistía?; por otra parte Claudio Farfas señalaba la cancelación de programas "que no constituyan calidad superior en pantalla". (89)

En efecto, se habían implementado medidas de austeridad para ahorrar recursos, diversos programas fueron sustituidos, en otros fueron eliminados conductores. Se creó el departamento de doblaje para evitar la fuga de divisas por el pago de servicios contratados de doblaje y titulación. Sin embargo los resultados eran demasiado insuficientes y nada halagüeños.

El alcance y penetración de Canal 13 no justificaba el alto costo económico de su funcionamiento. Un documento interno de Canal 13 ("Consideraciones al estado de costo-beneficio de la programación del mes de agosto") (90) señala con precisión el índice de costos y pérdidas de la programación.

La investigación toma como referencia el mes de agosto de 1982. Indica que en este mes se transmitieron 80 programas diferentes... con un costo total de 195.1 millones de pesos y ventas por 120.5 millones "arrojando una pérdida bruta de 74.5 millones de pesos".

En el análisis de la programación se establece que "los programas que arrojan utilidades son 11 los cuales en su conjunto generaron 34.5 millones de beneficio. Los programas que tuvieron mayores ventas son 11 también, ingresando 77.5 millones de pesos por concepto de ventas, los cuales representan 64% del total de las generadas en el mismo mes. Así pues, el 11% de los programas en pantalla comercializaron 64% del total de las ventas realizadas en el mes...

"Estudiando el costo-beneficio por género, continúa la investiga-

ción, la barra de programas culturales y la barra de programas deportivos son los que operan en su conjunto con utilidad. Las barras de programación que operan con pérdida son: la infantil, los programas noticiosos, la barra de entretenimientos, la de capacitación y la de interés social".

Que un 11% de la programación -ubicándonos en los marcos de comercialización de Claudio Farfas- genere el 64% de los ingresos quiere decir que el otro 89% es de escaso interés para el público y, por lo tanto es programación que no justificaría su razón de ser. El balance (de un mes) que se hace en el documento es en exceso grave pues las pérdidas son altas: "Siete A.M." producía una merma económica mensual de 16.3 millones de pesos; "Sábados del 13", 7.28 millones; "Paralelo Cero", 5.11 millones; "Panorama Agropecuario" y "T.V. Capacitación Agropecuaria", 5 millones cada uno; "Disco Gimnasia", 3.1 millones etc., La danza de los millones.

En el polo opuesto, según el informe interno, se encuentran los programas que reditúan beneficios económicos a la emisora oficial:

"Cotorreando la Noticia" le dejaba al canal una utilidad mensual de 8.16 millones de pesos; "La Hora de las Bellas Artes", 3.44 millones; el fútbol americano profesional, 5.8 millones.

En pocas palabras, los programas que en agosto de 1982 representaron mayor utilidad económica fueron, además de los señalados en el párrafo anterior, "Cine de los Domingos", "Algo Especial", "Deportv", "las 13 preguntas del 13", "Grandes Series" y otros.

Aún cuando Farfas se había decidido por la comercialización de la televisora oficial su actuación dejó mucho que desear. Si la cuestión era hacer rentable a la emisora al menos debió haberse hecho adecuadamente.

En las conclusiones del estudio queda establecido que las deficiencias se encuentran en el sistema de ventas "pues se carece de una política de precios, tarifas y descuentos para organismos y empresas públicas y privadas, y que, por otra parte, es necesario apoyar y fortalecer la estructura propia del área de ventas".

Como se puede observar, entonces, el panorama ofrecido por Claudio Farfás se contradice con los hechos. La supuesta reorganización de las finanzas siempre fue un concepto abstracto; la programación se mantuvo con muchas de las características de los mensajes transmitidos por la televisión comercial y el caos no se terminó, sólo fue acallado.

El desorden y la inestabilidad de hecho persistieron a lo largo de todo el sexenio, con Claudio Farfás se entró en un receso breve pero los conflictos persistían, tal como lo señaló en su momento Pablo Marentes.

4.11.4 COMPLICACION DE LOS PROBLEMAS CON CLAUDIO FARIAS

Los problemas de Canal 13 con Claudio Farfás eran de todo tipo: administrativos, laborales, técnicos, de programación, económicos... casi en todas las áreas había deficiencias. Al asumir Marentes la dirección del 13, ya con Miguel de la Madrid Hurtado como presidente, destapa nuevamente las insuficiencias.

Desde el punto de vista económico Farfás deja un déficit de 2 mil 100 millones de pesos. Se tenía una deuda de compensación de servicios, obligaciones fiscales y patronales. 4 meses atrás Farfás señalaba que ya se trabajaba con números negros. Se debían, también, 9 millones de dólares, obtenidos a través del Banco de Comercio Exterior para ser empleado en equipo y mantenimiento, pero "se usó para gastos de operación" señalaba Marentes en enero de 1983.

En el aspecto laboral Canal 13 se enfrentaba a una sobrepoblación de trabajadores "free lance", lo cual elevaba el costo salarial 5 veces más de lo debido. En lugar de pagar un "piso" de salarios debían pagarse cinco. La explicación de Marentes es que en la emisora creció una planta no sindicalizada de enormes proporciones: Había que pagar el sueldo a los sindicalizados aunque no se les diera trabajo, pago al sindicato por desplazamiento de personal de base, pago del sueldo al eventual, horas extras de éste y la cuota de desplazamiento por horas extras. Una sangría extrema. En 1982 Canal 13 tenía 2900 trabajadores, cuando podía cumplir su función con 1600, máximo 1700. El personal, por lo tanto, se excedía en un 70%.

Los problemas técnicos dejados por Claudio Farfas también fueron múltiples: se encuentra una planta deteriorada por falta de mantenimiento y refacciones adquiribles con dólares*.

En 1983 se requería rehabilitar el equipo técnico y faltaban 54 millones de pesos para tubos de cámaras y 65 ó 70 millones para reponer cabezas de video. Ahora bien, estos factores incidían en la programación. La comercialización, aunque no tan excesiva como con Jorge Cueto García, sí era elevada. Los principales anunciantes provenían de las compañías de vinos y licores, lo cual implicaba, a decir de Marentes, una programación determinada desde fuera por los patrocinadores.

Los contenidos que se manejaban eran disímiles: series importadas de gran calidad al lado de producciones pésimas. Buenas películas destrozadas con tantos cortes comerciales... Noticieros a los que se iba mucha información trascendente. (91)

*Para 1982 la crisis económica toma un cariz alarmante, la fuga de capitales está presente, se da la nacionalización de la banca, no hay fondos económicos para cubrir las necesidades por la carencia de dólares y la inestabilidad en los terrenos político y económico dificulta el funcionamiento del 13.

En esencia esos eran los problemas de mayor gravedad. La cuestión estriba en precisar por qué llegó a tal grado la anarquía y el caos en la dirección de la emisora oficial. Por principio de cuentas tenemos que después del periodo de María del Carmen Millán (diciembre de 1976 a octubre de 1978) el destino del Canal 13 explícitamente quedó definido: se funcionaría en base a la comercialización del tiempo de pantalla para hacer autofinanciable a la televisora.

El Canal 13 de Claudio Farfases muy diferente al Canal 13 de 1976. En 1982 ya no se habla de una televisión de beneficio social; los objetivos iniciales, de hecho, fueron abandonados. La "otra alternativa" quedó sepultada y más bien Canal 13 llegó a identificar en mucho su programación con la de la televisión comercial.

La competencia con Televisa era abierta: al cine de los miércoles por el Canal 5 se anteponían los "miércoles de Etiqueta Negra".

En dicho sentido, la inclusión indiscriminada de anuncios comerciales se pretende justificar con los progresos de la televisora gubernamental, avances que se ven sólo desde el punto de vista económico.

La explicación a lo anterior se debe a que, por último, el gobierno se decidió por la comercialización de la emisora oficial para evitarse el subsidio pues de facto se había convertido en un elefante blanco. El camino más fácil fue, entonces, permitir que la televisora buscara su ingreso aún a costa de los objetivos iniciales por los que se había adquirido e impulsado la televisora gubernamental.

Es cierto que también Canal 13 se enfrentaba a problemas de carácter económico y ello lo llevó a la renta de su tiempo pero la mercantilización pudo haber sido gradual. De hecho la crisis económica, agudizada en 1981 y 1982, igualmente influyó para que se optara por esta medida.

Con todo y la estrategia comercialista para ganar auditorio Claudio Farfas no vio cristalizados sus objetivos, tal y como lo demuestra el documento interno señalado con antelación en el cual se indica que del total de la programación sólo el 11% generó el 64% de los recursos totales (en agosto de 1982).

Esta es una prueba fehaciente de la falta de capacidad técnica y económica para enfrentar a la televisión privada. A falta de impulsar un proyecto propio se decide por presentar una programación similar a la del consorcio privado, sólo que mal copiada y eso propició, en cierta medida, el fracaso.

El desacierto en la programación fue provocado, también, por el afán de Claudio Farfas por cambiar su programación sin consultar a los responsables de ésta. Las Renuncias de Francisco Taibo y Javier Ibarrola, directores de Estrategia y Programación, fueron justamente una respuesta al autoritarismo de Farfas. Sin embargo los cambios de programación más que ayudar a generar recursos propiciaron parte de los fracasos, pues en la programación predominaba la incoherencia y la revoltura, pruebas evidentes de la inexperiencia e ineptitud de éste.

Como sus antecesores, Farfas tuvo que enfrentar los embates de funcionarios que lo presionaban para encauzar la televisora de acuerdo a sus intereses. Su primer intento de renunciar -en abril de 1982, no hecha oficial y mucho menos aceptada- puso nuevamente en tela de juicio la autoridad del director para poner en práctica sus planes; a final de cuentas se optó por dejarlo actuar no tanto porque el proyecto fuera acorde con los planes del gobierno, sino en virtud de que en 1982 se entraba en la recta final pues el sexenio de López Portillo terminaba y lo que menos interesaba era continuar el deterioro de la imagen del canal oficial. Por el contrario, habría que mantener la estabilidad y por esa razón durante

el periodo de Farfas más que resolverse los problemas se silenciaron. Ese acallamiento hizo posible la relativa estabilidad del ultimo director de la administración del sexenio pasado.

El Canal 13 terminó 1982 en la anarquía y el desorden. Los conflictos eran en las áreas administrativa y técnica; problemas de programación, laborales, económicos. En fin, los rasgos que se dieron a fines de 1976 y principios de 1977 perduraban 6 años después. Lo más grave fue que la televisora oficial enfrentaba los embates de la crisis económica y política dejada por el gobierno de López Portillo, sobre todo la secuela que dejó la nacionalización de la banca, manifestada como el rompimiento (aunque no manifiesto) entre las relaciones del sector privado y el presidente, sobre todo.

A todo lo anterior resulta necesario sumar la carencia de una voluntad gubernamental real por resolver los problemas de Canal 13. El proyecto de comunicación social que desde las mismas oficinas del gobierno fue impulsado murió por inanición, se le dejó al abandono e inclusive en su momento gran parte de funcionarios que le dieron vida al paso del tiempo renegaron de él y lo desconocieron. Con el Canal 13 pasó algo similar: primero le inyectaron recursos y "voluntad", al final se le dejó navegando a la deriva, quizá como un mal necesario.

4.11.5 LA SALIDA DE CLAUDIO FARIAS*

Claudio Farías dejaría la dirección de Canal 13, ya con Miguel de la Madrid como presidente, a Pablo Marentes ex-director de Canal 11 y ex-subdirector administrativo de Canal 13 con María del Carmen Millán, (de 1976 a 1977), quien pondría en evidencia los problemas analizados en los párrafos anteriores.

Pablo Marentes da a conocer los conflictos a que se enfrenta la televisora estatal en 1983, entre los cuales destacan las deudas económicas, la falta de mantenimiento, el exceso de personal, la comercialización de la programación, entre otros.

La alternativa, según el nuevo director, sería atacar los problemas por diversos frentes: por una parte debían racionalizarse los recursos de la televisora para bajar la cantidad de anuncios. De otro lado se eliminaría la importación de series extranjeras, los productores independientes tendrían acceso a Canal 13 etc., de tal suerte que, según Marentes, en 1983 se podría operar "con menos de lo gastado en 1982".

Otro de los flancos por atacar sería la programación: primero se reencauzaría la orientación de las noticias para presentar los acontecimientos con una visión de conjunto y no aisladamente. En la medida en que la sección deportiva se encontraba saturada se proponía moderar la emisión y reorientarla.

*El análisis del periodo de Miguel de la Madrid implica un estudio aparte, se incluye una breve precisión de cómo recibe de la Madrid Canal 13 y las medidas más inmediatas que implementó, sólo para cerrar nuestra investigación y, de alguna manera, señalar en qué contexto termina el sexenio Lópezportillista para tener una comprensión integral de nuestro objeto de estudio.

Pablo Marentes se encarga de dirigir el canal gubernamental de diciembre de 1982 a marzo de 1984, después renunciaría para dirigir el Instituto Mexicano de la Televisión. En ese tiempo, no obstante, hubo cambios notables así como el hecho de que se siguieron arrastrando vicios añejos, tal es el caso de los gastos excesivos y onerosos en programas con escaso interés general como "Si vale..." de Raúl Vale y los programas especiales para "la novia de México", Angélica Marfa, y su hija, Angélica Vale, después que la primera fue vetada para trabajar en Televisa. Con todo y los gastos para atraer público es preciso hacer notar que la penetración de Canal 13 no es comparable, todavía, con el de la televisión privada.

El sexenio de Miguel de la Madrid ya sobrepasó su media vida y hasta el momento (1986) la emisora del Ajusco ha tenido algunos cambios -sobre todo en la publicidad que transmite, el mayor espacio es dedicado a información de bancos y dependencias oficiales- pero no ha adquirido una imagen bien definida en cuanto a qué se pretende y cómo cumplirlo.

El periodo de la madridista hereda también, junto con la crisis económica y política en que recibe al país, un conjunto de organismos (Canales 11 y 13, estaciones de radio adquiridas por López Portillo, Notimex, además de sus propios medios de difusión) desorganizados y aislados uno del otro a pesar de que estaban controlados por la dirección general de RTC. Dicha estructura propiciaría parte de los conflictos y anarquía en el Canal 13, de tal suerte que entre una de las primeras medidas impulsadas con Miguel de la Madrid es convocar a un Foro de Comunicación Social para recoger opiniones que aporten ideas a fin de ordenar los medios de difusión en nuestro país.

Como sucedió con las audiencias para legislar el derecho a la información, todo fue echado en saco roto pues a pesar de que en dicho foro el mayor número de ponencias se manifestó porque se modificara la ley de

Radio y Televisión a fin de hacer una democratización de los medios de difusión privados, la estructura de éstos siguió inamovible. De tal suerte que sólo se despertó el ánimo y se apagó poco tiempo después.

Los resultados más significativos de estos encuentros fueron la creación de los Institutos de Radio y Televisión, medida que tenía como finalidad reorganizar la estructura de los organismos difusores del gobierno.

La estructura de Canal 13 se vería afectada pues pasaría a formar parte del Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION), junto con el Canal 22; además que se crea el Canal 7 y se amplía el alcance de este sistema a través de dos canales más: uno en Chihuahua y otro en Monterrey.

La creación de estos nuevos organismos eliminó conflictos de carácter organizativo, el sistema de televisión oficial quedó centralizado. Con la nueva estructura la toma de decisiones en las áreas administrativa y de programación quedaría encargada a los directivos de IMEVISION, cada uno de los organismos (canales 22, 13, 7 y los de provincia) ya no tomarían decisiones aisladas, éstas debían surgir del cuerpo rector: IMEVISION.

Aunque el sistema IMEVISION resolvió en parte los problemas de los medios de difusión oficiales, no sucedió así con los privados y es ahí donde se encuentra el punto nodal.

El régimen de Miguel de la Madrid no hizo nada cuando abrió el cauce para afectar los intereses de los concesionarios. Luego entonces, en la medida en que el propio gobierno no siente las bases para iniciar la modificación de la legislación y, sobre todo, no se apoye en los sectores populares para llevarlos a cabo las medidas colaterales no tendrán mayor repercusión.

5. EN DONDE QUEDO EL CANAL 13, UN ACERCAMIENTO INTEGRAL

Lograr reconstruir un fenómeno para explicarlo de una forma integral es una de las actividades más difíciles del quehacer científico, e esta parte es obligatorio explicar las vinculaciones entre cada uno de los componentes del objeto de estudio. Destacar lo esencial de lo accesorio, ir de lo genérico a lo particular, en fin, explicar y desenredar la maraña que nos permita encontrar el significado real de lo investigado es la labor más ardua y complicada, justamente porque aquí se pone en juego la capacidad para dar una respuesta objetiva al problema analizado.

En estas condiciones se busca, entonces, la explicación al estado en que se dejó al Canal 13 cuando termina el período de José López Portillo en virtud de que su comprensión no se da solamente por las medidas que se llevaron al interior de la emisora gubernamental.

Muchos de sus aciertos y fracasos también tuvieron sus causas en factores externos que de alguna manera incidían en sus actividades. Si hacemos una reconstrucción integradora vamos a caer en la cuenta de que, por ejemplo, la Reforma Administrativa llevada a cabo en los 2 primeros años tendría repercusiones directas sobre la conducción del Canal 13, sobre todo porque su estructura organizativa sufriría cambios.

Ahora bien, por otro lado tenemos que dentro de lo que en un principio llevó el calificativo de política de comunicación social quedó circunscrita la emisora gubernamental, el derecho a la información y la Reforma Política.

Por principio de cuentas, entonces, la Reforma Administrativa alteró la estructura organizativa de los medios de difusión gubernamentales, lo cual dio lugar a modificaciones en el organigrama administrativo de la televisora oficial en la medida en que la Dirección General de Radio Televi-

sión y Cinematografía aglutinaría y sería el órgano rector de aquellos. Con dicha medida se pretendió evitar la duplicidad de funciones entre los diferentes órganos y dependencias informativas del gobierno, lo cual en cierta medida se logró, pero también tuvo sus bemoles.

Por lo que toca al Canal 13 con la nueva estructura administrativa se creaba un Consejo de Administración como máxima autoridad, integrado por diversos secretarios de Estado a quienes se les adjudicaba poder para tomar las decisiones más importantes. A largo plazo se demostraría que dicha organización se convirtió en fuente de conflictos pues cada quien trataba de imponer sus propios puntos de vista en las actividades de la televisora, como veremos con posterioridad.

De tal suerte que la Reforma Administrativa en el sector de los medios de difusión resolvió en gran medida la duplicidad de funciones, empero trajo también sus consecuencias negativas: si el objetivo era tener un mayor control se propició lo contrario y la prueba más evidente fue el desconcierto permanente en que a lo largo de 6 años se desempeñaron las actividades en el canal del Ajusco. Los cambios de director y de programación fueron la constante.

Ahora bien, por lo que toca a la Reforma Política tenemos que con ella se inició la discusión del derecho a la información, inmediatamente puso en entredicho la disposición gubernamental para afectar los intereses de los concesionarios. De los resultados de esta discusión tenemos que si bien se tenía la pretensión de impulsar el derecho a la información por último los resultados fueron nimios, cuando más se logró legislar el derecho a la información como un derecho de partido, mas no como una garantía individual; ello propiciaba, entre otras cosas, que en la práctica difícilmente se podía hacer efectivo tal derecho.

De otra parte tenemos que la modificación del artículo 6º constitucional (1977) tampoco garantizaba en nada el derecho a la información

porque no había una ley reglamentaria que explicara cómo debía aplicarse.

Resulta sintomático que el propio gobierno impulse el derecho a la información como un punto colateral de la Reforma Política, cite a audiencias, propicie la discusión y luego ponga oídos sordos a los reclamos de los grupos independientes que pedían cambios en la estructura de los medios de difusión del país para hacer efectivo el derecho a la información, lo cual finalmente se tradujo en su negativa a poner en práctica las modificaciones legislativas.

De aquí se desprenden varias cuestiones trascendentes. El gobierno no se vio en la necesidad de ceder a las presiones del sector privado y los concesionarios de radio y televisión por no arriesgarse a enfrentar los reclamos y las consecuencias políticas inmediatas si el derecho a la información hubiérase legislado; pudieron más las presiones de la iniciativa privada que la voluntad del gobierno. Por otra parte vemos que faltó un compromiso real del presidente y del grupo promotor del derecho a la información a pesar de que en 1978 existían las condiciones y el clima político adecuados para incluir en las leyes el derecho a la información.

Estas condiciones predominaban en el ámbito político nacional y en este contexto se daba el desempeño de la primera directora de Canal 13, María del Carmen Millán*, y tendrían sus repercusiones en su gestión.

El signo que caracterizó a la televisora gubernamental fue el caos. La respuesta al por qué de la inestabilidad en el Canal 13, a sus cambios constantes de directivos y, por consecuencia, de programación se

*En realidad el primer director en el sexenio Lópezportillista fue Abel Quezada, sin embargo no estuvo más que 7 días en el puesto y en la práctica no tuvo siquiera tiempo de poner en marcha ningún proyecto.

encuentra en la falta de una política de comunicación social definida y explícita.

A pesar de que con López Portillo se abre la oportunidad para que el gobierno adquiera presencia dentro de la industria de las ondas electromagnéticas es desaprovechada pues se acude al camino más fácil de seguir el mismo derrotero de la televisión comercial, porque los encargados de dirigir los medios de difusión y la información gubernamental no tenían claro cómo enfrentar -ubicándonos única y exclusivamente en el sector televisivo- una producción con más de 30 años de experiencia en el ramo y una vasta experiencia, amén de que contaba con un numeroso auditorio.

Si nos remontamos, por ejemplo, a la época de Marfa del Carmen Millán en su gestión se observa claramente el problema. La supuesta "otra alternativa" se ve frustrada, entre otras razones, porque su directora no tenía la claridad suficiente para, en efecto, dar "otra alternativa" al público televidente. Su administración se vio marcada por las dos tendencias que deseaban predominar: Pablo Marentes, con su deseo de crear una televisión de servicio social, no lucrativa; y Luis de Llano Palmer, impulsor de la tendencia comercialista.

A la retórica oficial de propiciar la comunicación y "devolverle al pueblo" su rol activo, participante, a través del canal oficial, se cae en la indefinición y en la lucha por imponer -los dos grupos anteriores- su posición.

En realidad no había proyectos a largo plazo, parte de lo que hubiese sido la política de comunicación social, donde quedara establecido qué tipo de programación debía elaborarse y cómo tendría que hacerse. Marfa del Carmen Millán, y los demás directores de la televisora oficial, trabajaban como ellos creían pertinente, pero no en base a un plan de gobierno, como debió haber sido.

Sin embargo, esa falta de orientación también es propiciada por la estructura organizativa del canal de Ajusco. Con la Reforma Administrativa se formaría un Consejo de Administración integrado por diferentes secretarios de Estado, quienes tratarían de influir en la toma de decisiones de tal suerte que el director vería menguada su capacidad para impulsar sus propios proyectos. Dichas circunstancias se reflejaron en la lucha presentada entre Marentes y de Llano, situación que de hecho persistió en gran parte del sexenio Lópezportillista. Los mismos funcionarios así lo reconocerían con posterioridad, como fueron los casos de Pablo Marentes, Margarita López Portillo y Luis de Llano. Inclusive algunos periodistas colaboradores también coincidían con esta apreciación, entre ellos Virgilio Caballero, Elena Poniatowska y Guillermo Jordán.

¿Por qué afirmamos que la supuesta "otra alternativa" de la televisión se perdió? Además de lo anterior, que daba al traste con la intención original* la comercialización fue de menos a más con María del Carmen Millán. Apesar de sus constantes declaraciones sobre el fin social y no lucrativo de Canal 13, en éste la programación iba siendo muy parecida a la de Televisa y los comerciales se incrementan en la pantalla, todo ello como resultado de una falta de directrices. Sintomáticamente en este período también el derecho a la información, punta de lanza de la política de comunicación social, se vio frustrado.

Asimismo, no podemos dejar de señalar que la administración de Carmen Millán no hizo el menor caso por disminuir su planta de personal, lo

*Enrique González Pedrero, director de Canal 13 con Luis Echeverría Álvarez, pretendía una televisión con un objetivo social, no lucrativa, sin un carácter mercantilista como la privada. De hecho esa intención persistió con María del Carmen Millán y sucesores -al menos los voceros gubernamentales así declaraban-. Es más, en los objetivos iniciales se asentaba que el Canal 13 pretendía contrarrestar el comercialismo de la televisión comercial.

cual propiciaba una sangría económica vía salarios pues, como lo refería Marentes, se debían pagar "5 pisos de salarios" por el desplazamiento de personal sindicalizado y la inclusión de los llamados "free lancer", esto influiría para propiciar la comercialización del tiempo de pantalla.

Eso fue lo que impidió progresar a la "otra alternativa" y, al contrario, se fue de fracaso en fracaso, sobre todo por la falta de planes y programas que definieran qué se esperaba del canal oficial y cómo debía lograrse.

A nuestro juicio, no obstante, sería el reflejo de la falta de claridad sobre lo que se esperaba de los medios de difusión gubernamentales. Además, las contradicciones y vaivenes en las declaraciones de los funcionarios y las prácticas. Esto nos lleva a enfatizar que en el periodo de María del Carmen Millán también comienza a tener sus primeros traspiés el derecho a la información y en sí todo intento por afectar los intereses de los concesionarios, de la misma forma que los primeros intentos para cambiar la orientación de la televisión oficial fracasaron.

La constante del sexenio fue esa, de ahí que el Canal 13 se debatiera entre los constantes cambios de director, los saltos de programación y la falta de directrices pues aunque casi todos los directores coincidían en hacer una televisión no lucrativa se caía en lo opuesto.

Después de María del Carmen Millán, en un periodo de 13 meses, de octubre de 1978 a enero de 1980, los hechos evidenciaron las anomalías y demostraron lo señalado líneas arriba. En dicho lapso 3 directores pasaban por el Canal 13: Raúl Cardiel Reyes, Alejandro Palma Argüelles y Jorge Velasco Ocampo.

Con el primero se entra en la indefinición completa a pesar de que se proponía sustituir gradualmente la publicidad y hacer un canal informativo y cultural. Su renuncia, al poco tiempo de asumir la dirección, se dijo extraoficialmente, obedecía a no aceptar ser un director sin capacidad para tomar decisiones por venir éstas desde fuera.

Hay aspectos oscuros de Canal 13 difíciles de comprobar, pero hay indicadores que dan algunas pistas. Cuando Cardiel Reyes renuncia se afirmaba que se ejercían presiones para evitar que el director de la televisora oficial tomara decisiones por cuenta propia a fin de imponerle tal o cual proyecto. Era un secreto a voces y la inestabilidad de la emisora

le dan validez a dichas afirmaciones, inclusive algunos funcionarios han reconocido la existencia de coacciones. (Pablo Marentes y Margarita López Portillo entre ellos). En tal sentido, este problema sería una de las causas propiciadoras de la anarquía y falta de estabilidad que se requería para adquirir un perfil en el sector de los medios de difusión.

Con Alejandro Palma Arguelles se llevó a la televisora oficial a ser un símil de la comercial, el acceso de periodistas y actores formados en Televisa se hace a granel, además que son desplazados intelectuales que colaboraban en Canal 13. La dignificación solicitada por Margarita López Portillo, directora de RTC, no es más que retórica.

Ahora bien, en términos reales el ingreso del personal de Televisa a Canal 13 no es otra cosa más que la manifestación de la competencia que se daba por ganar auditorio y arrebatárselo, lo cual traería por consecuencia el resquebrajamiento de los avances obtenidos con González Pedrero y la escasez de aciertos con Carmen Millán.

Sin embargo, y como los intelectuales desplazados lo señalaron, los cambios se debían a la carencia de una definición gubernamental acerca de lo que se pretendía con su difusora. La raíz del problema, como con Cardiel Reyes, fue la falta de autoridad del director para impulsar sus propios planes, además de la lucha de los diferentes grupos que trataban de controlar la dirección.

Es sintomático que antes de darse a conocer la renuncia de Palma Argüelles éste lea ante el Consejo de Administración un documento donde exponía sus puntos de vista sobre cómo debería de trabajar el Canal 13, en el cual se manejaba una concepción muy distinta a las medidas adoptadas por "él mismo" en su administración. Es decir, criticaba la comercialización y consideraba pertinente que la televisora oficial difundiera cultura popular; por otra parte su enfrentamiento con Jorge Cueto García lo llevó a abandonar el puesto. En el fondo el gobierno se había decidido por el comercialismo y su salida es el resultado del triunfo de Cueto García.

Con Alejandro Palma Argüelles se manifiestan una diversidad de criterios, imposición de funcionarios y había un visible desinterés gubernamental por impulsar al Canal 13 (Jesús Reyes Heróles, secretario de Gobernación, ya no iba a las reuniones del Consejo de Administración, tampoco mandaba representante). La causa de las anomalías no era más que la falta de orientación de acuerdo a objetivos claros y definidos así como a la carencia de una capacidad real del director para tomar decisiones, siendo esto un reflejo de la incongruencia y la carencia de una política definida del gobierno en la conducción de sus propios medios de difusión.

No es gratuito que a inicios de 1979 también se de marcha atrás con el derecho a la información. De la polémica de 1978 sobre este tema se pasa al silencio a causa de las presiones del sector empresarial y los concesionarios.

Resulta significativo, pues, que en 1979 se acelere la comercialización de la televisora del Ajusco, se silencie la opción de Arguelles por hacer una televisión popular y también se acalle toda polémica sobre el derecho a la información. Asimismo, la "nueva alternativa" se diluye con las contradicciones entre el discurso oficial y las prácticas cotidianas de los funcionarios públicos encargados de los medios de difusión gubernamentales y de los directores que hasta 1979 llevaba en su haber el Canal 13.

Retomando el análisis podemos afirmar que en la administración de Enrique González Pedrero -en el sexenio echeverrista- se encarga, con todo y las deficiencias a considerarse, de construir los cimientos y lineamientos sobre los cuales debía de funcionar la emisora estatal. Con Marfa del Carmen Millán se manifiestan los dos grupos antagónicos que pretenden imponer su estilo y se cae en la confusión de los objetivos iniciales. Esto en muchos casos lleva a su redefinición para establecer cómo debe trabajarse y a partir de aquí se da una reorientación a los contenidos de la programación con lo cual se inicia la pérdida de los objetivos iniciales, de tal suerte que de ahí hasta con Palma Arguelles la comercialización va de menos a más. Pero también sus finanzas se van a ver marcadamente mermadas y mal administradas. A estas alturas la imagen de Canal 13 ya se encontraba en un alto grado deteriorada y se buscaba el recomponer esa imagen maltrecha además de reorientar sus actividades.

A 3 años de iniciado el periodo Lópezportillista el canal oficial había tenido 4 directores: Abel Quezada, Marfa del Carmen Millán, Raúl Cardiel Reyes y Alejandro Palma Arguelles.

Las remociones fueron permanentes en el sector de los medios de difusión gubernamentales, no sólo en la televisora oficial. En la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia ya se habían dado 4 cambios: Rodolfo Landeros, José Luis Becerra, Fernando M. Garza y Luis Javier Solana.

Los cambios constantes reflejan, entonces, que el mal funcionamiento se daba desde la cúpula porque cada quien trafa sus ideas y proyectos y no se funcionaba con base en un programa general de gobierno, sino de acuerdo a lo que a cada quien le interesaba, de ahí que el Canal 13 como la Coordinación de Comunicación Social nunca pudieron definir con precisión qué se perseguía con los medios de difusión oficiales.

Hubo una sola excepción cuando a Luis Javier Solana, por encargo presidencial, se le pide elaborar un proyecto de comunicación social, el cual finalmente es abandonado porque los sectores más conservadores pusieron en práctica sus medidas de presión. Además que el gobierno cedió a las coacciones para evitarse enfrentamientos con el sector privado.

Dicho proyecto pudo haber sido, efectivamente, una solución para meter en carril al Canal 13 y los órganos y dependencias informativas del gobierno, pues además proponía un cambio en toda la estructura informativa del país.*

Pocos son los periodos de estabilidad en la convulsiva historia de la televisión gubernamental en el mandato de López Portillo. Quizá el más tranquilo fue el de Jorge Velasco Ocampo. Después de 2 años de movilidad interna en los puestos directivos y en la programación se llega a una calma relativa.

*Vid supra 2.5.11 "Bases Estratégicas..." p.126 y subsec.

A pesar de que seguía acarreado vicios de administraciones pasadas, Velasco Ocampo tuvo el mérito de reencauzar y ordenar las actividades internas de Canal 13. Aunque no se dieron cambios radicales se eliminaron vicios heredados de Palma Arguelles, como fue el darle mayor coherencia a la programación. Los resultados se veían en un corto plazo y en la televisión comercial se observan ciertos cambios para contrarrestar los cambios de programación. Igualmente, se amplía el horario de transmisión y se dedica mayor tiempo a la información.

Por el otro lado tenemos que Televisa contrata a diferentes niveles (con Jorge Velasco se integran Chucho Salinas y Héctor Lechuga con "Cotorreando la Noticia") y, entre otras cosas, presiona a sus actores para que no se integren ni participen en producciones del Canal 13. Por otra parte Televisa también amplía sus espacios informativos y presiona a RTC para adquirir prioridad en la transmisión de diversos eventos.

En el fondo se reflejaba la lucha y competencia por evitar la pérdida del teleauditorio y por conquistar mercado.

Mientras Jorge Velasco Ocampo es removido para irse a administrar PROCINEMEX -a principios de 1980- se libraba una lucha abierta entre el grupo encabezado por Luis M. Farfás, líder de la Cámara de Diputados, y el grupo representado por Luis Javier Solana. El primero, enterrador del derecho a la información y el segundo su promotor.

De una forma contradictoria unos funcionarios consideraban pertinente la legislación y otros no, de tal forma que el discurso oficial era oscuro e impreciso. Era la indefinición absoluta pues, como señaló Virgilio Caballero en agosto de 1980* "nadie sabe ni dice qué hacer con los me-

*Quien salió junto con su equipo de Canal 11 por la orientación que daba a la información.

dios del Estado o cuál es la relación de éste con todos los medios y la sociedad civil. Existe una indefinición de fondo... como no la hay quienes estamos en los medios del Estado nos vemos obligados a interpretar día a día... No ha habido la voluntad política de estructurar un sistema de comunicación que le permita al Estado esclarecer... sus propios rumbos".

La analogía no puede ser más precisa para comprender por qué en Canal 13 no se tenía un rumbo definido, el problema era de fondo y su raíz se encontraba fuera del recinto televisivo.

Sin embargo, volviendo con Velasco Ocampo, así como sus antecesores, no puso oídos sordos al canto de las sirenas y cayó en el mismo error de todos: considerar los avances sólo en función de los ingresos económicos obtenidos, ello traía implícita la comercialización.

A excepción del periodo de Jorge Velasco, el cual reorienta la programación y logra algunos aciertos, los demás directores llevaban de crisis en crisis a la televisora.

Si con Jorge Velasco Ocampo se logra cierta estabilidad interna en sus 10 meses de gestión (marzo de 1979 a enero de 1980) después de éste se entra en otro periodo de excesiva comercialización con Jorge Cueto García. Resulta sintomático que gradualmente se vayan haciendo de lado los pronunciamientos sobre una televisión de servicio social.

Los enfrentamientos de Jorge Cueto García con Alejandro Palma ya evidenciaban la postura que adoptaría en la conducción de la emisora del Ajusco, a pesar de que el slogan distintivo de su administración sería identificarla con "el canal del pueblo".

Los avances logrados por Jorge Velasco rápidamente fueron eliminados por Cueto García pues entre sus primeras medidas, con el pretexto de depurar las finanzas, desplaza personal y se integran periodistas y

actores de la televisión privada: Angel Fernández y Enrique "polivoz" entre ellos.

En un viraje contradictorio y ante la evidente competencia entre Canal 13 y Televisa Margarita López Portillo, quizá como una medida para no continuar con el enfrentamiento, manifiesta que "Televisa cumple con sus funciones y las cumple bien y no está en competencia con nosotros..." No obstante la programación reflejaba lo contrario: al "Show de Eduardo II" (de Televisa) se le enfrentaba "El Show de Enrique Polivoz", "Fiebre del Sábado por el 2" competía con "Disco 13", "24 Horas" con "7 Días" y al fútbol del Estadio Azteca se antepone el fútbol en C.U.

La rivalidad traerfa, por consecuencia, la comercialización y se veía reflejada en el incremento de los mensajes comerciales, sobre todo los relacionados con las bebidas alcohólicas. Inclusive la misma secretaría de Gobernación se vio en la necesidad de girar instrucciones para eliminarlos.

Es indudable que Canal 13 requería de recursos económicos para sostenerse, empero la comercialización se llevó a grados extremos: durante el Mundial de Fútbol de 1982 la televisión oficial ya rebasaba a la privada en el número de inserciones publicitarias en cada partido.

Ahora bien, es conveniente señalar que la comercialización de la televisora oficial con Cueto García fue propiciada también por la decisión gubernamental de reducirle el presupuesto y en gran medida también por la crisis económica que ya se agravaba en 1981. De un momento a otro México pasaba de la bonanza a la carencia. De hecho en 1981 la situación económica del país da un viraje de 180° y se perfila a uno de los momentos más difíciles del México contemporáneo.

No es casual que en 1981 también ya las referencias sobre una televisión de utilidad social y de servicio a la población vayan siendo

eliminadas del lenguaje oficial. En ese año también, sintomáticamente, queda sepultado el derecho a la información así como el proyecto de comunicación social encargado a Luis Javier Solana. El gobierno se ve derrotado por Televisa, el sector privado y por los mismos funcionarios y legisladores conservadores (entre ellos Luis M. Farfán, líder de la Cámara de Diputados en 1981) que presionaban para no permitir cambios a la legislación.

Luego entonces, la emisora oficial no podía escapar a las repercusiones que acarrearía la crisis económica y las disposiciones gubernamentales referidas, lo cual influiría en el desarrollo caótico y comercialización de Canal 13.

Además hay otros factores que explicaban también el fracaso de la administración de Jorge Cueto García. Por otra parte vemos que si bien la prepotencia fue un rasgo distintivo de éste y logró imponer su estilo poco a poco fue minándose su poder de decisión. Como en años anteriores, la lucha entre los diferentes grupos que pretendían controlar el canal cobró auge a tal grado que 3 meses de su renuncia oficial se comienza a difundir su remoción. El tiempo demostró que, en efecto, la decisión de cambiar al director se había tomado con 3 meses de anticipación.

En los últimos meses de Cueto García de hecho el proceso de descomposición de los objetivos por los cuales se había adquirido la emisora estaba finiquitado. En 1981 prácticamente ya no quedaba nada del sustento que le dio vida; por el contrario, su perfil estaba ya muy bien definido: el funcionamiento del canal en base a la comercialización de su tiempo de pantalla.

Por otra parte vemos que con Cueto García se consolida el grupo encabezado por Joaquín López Dóriga ya que, en los hechos, éste pudo re-

orientar la sección informativa y disponía de los recursos a su libre albedrío a tal grado que la sección informativa, bajo el mando de López Dóriga, se le conocía como el "Canal 14". El autoritarismo y prepotencia de Dóriga también lo llevaría a ser su propio enterrador en el período de Pedro Ferriz Santacruz.

El papel jugado por Joaquín López Dóriga fue una de las manifestaciones más claras de la falta de autoridad del encargado de esta empresa paraestatal y fue un reflejo de la falta de directrices y planes que definieran las funciones de quienes los medios de difusión oficiales, en virtud de que Dóriga en muchos casos rebasaba la autoridad del director.

De la administración de Cueto García, entonces, tenemos que llevó a la fosa la reestructuración lograda por su antecesor, si bien con sus fallas Jorge Velasco Ocampo le había dado cierta coherencia a las actividades y programación del Canal 13. Cueto García mezcló programas deportivos con artísticos la barra de programas cayó en la anarquía absoluta, con el fin de lograr la rentabilidad de la emisora gubernamental.

No podía ser de otra forma, según Cueto García se debía competir con la televisión privada a fin de ganar auditorio y no se podía lograr sin una producción televisiva "atractiva" para el televidente, de ahí que los programas de la emisora estatal fueran muy similares a los producidos por la televisión privada.

Esta situación, sin embargo, no haría crisis sino hasta que Pedro Ferriz asume el mando. Su nombramiento, más que resolver los problemas, sirvió para sacar a la luz las irregularidades que, aunque muchas veces no se conocían, se reflejaban.

Con Pedro Ferriz Santacruz de hecho estallan las hernias que se habfan dejado desarrollar. Los avances logrados por Jorge Velasco se enterraron con Cueto García pero la crisis generada por la errónea administración de éste vinieron a relucir en su mayor esplendor con Ferriz.

El investigador de los Ovnis se mantiene en la dirección escasamente dos meses, pero los acontecimientos suscitados en su periodo lo convierten en uno de los más trascendentes.

Si con Jorge Cueto apenas se veía la punta del iceberg, con Pedro Ferriz ya se descubre por completo: los problemas iban desde la errática programación, el comercialismo, hasta el mal manejo de los recursos económicos y las pugnas internas.

Pedro Ferriz cargó con culpas ajenas (se encontró con el presupuesto casi agotado y horarios desiertos de patrocinadores), pero también fue responsable de serias irregularidades. De acuerdo con Froylán López Narváez "...se aviaron programas y producciones con bienes y servicios de costo exorbitante, despilfarrador; se han pagado nóminas con remuneraciones cuantiosas e inmerecidas; se han hecho negocios de publicidad cambiando compradores y vendedores, el nepotismo sobrevino sin reboso alguno..."*

Además del inadecuado manejo de recursos Ferriz cayó en errores que lo llevaron a dimitir con posterioridad. Pretendió pasar por alto la autoridad de Margarita López Portillo al cambiar la programación sin respetar los procedimientos exigidos para hacerlo y cambió personal, en con-

*Vid supra cap. 4.10

tra de la voluntad de la directora de RTC.

Es probable que estas situaciones hayan obligado a Margarita López Portillo a "nombrarle" Coordinador General a Claudio Farfás. En los hechos era la manifestación del desconocimiento de su autoridad, lo cual generaría un "vacío de poder" a tal grado que de julio a septiembre de 1981 se entraría en un periodo en exceso convulsivo. Pedro Ferriz primero desplazó arbitrariamente a José Ramón Fernández y luego, en contra de su voluntad, tuvo que ser reinstalado.

En virtud de que en los hechos el director no tenía autoridad esto propició que las luchas internas, sobre todo la enfrentada por José Ramón Fernández y Joaquín López Dóriga, se desbordaron y rebasaron el recinto del canal. Este enfrentamiento sirve también de marco para demostrar el poder que Dóriga fue acumulando y además evidencian la falta de autoridad del director, factor que sería la causa de muchos de sus males.

Sin embargo las pugnas, falta de autoridad, malos manejos, cambios de programación y personal se deben a la falta de un plan a largo plazo en el cual se debía quedar establecido cómo y bajo qué condiciones debía hacerse la producción televisiva oficial. En otras palabras, se carecía de un proyecto de comunicación social que permitiera la coherencia entre el discurso oficial y las acciones.

Ahora bien, a partir de julio de 1981, fecha de la remoción de Ferriz, el gobierno mejor optó por el abandono definitivo de una programación de beneficio social. La explicación a esta postura, empero, obedece no sólo a una decisión de las autoridades directas de la televisora oficial, responde más bien al triunfo de la televisión y el sector privados sobre el gobierno en la medida en que el derecho a la información

-pivote del proyecto de comunicación social- es eliminado; no digamos que el proyecto de la Ley de Comunicación Social (Bases Estratégicas...) ni siquiera tuvo el reconocimiento oficial. Las presiones fueron más fuertes que la voluntad gubernamental para enfrentarlas y con esto los concesionarios y los sectores más conservadores ganaban la batalla.

Luego entonces, si el gobierno eliminó el derecho a la información y con ello hecha por la borda la posibilidad de afectar los intereses de los dueños de los medios de difusión, no podía esperarse que impulsara un proyecto definido en el canal del Ajusco, más bien la inestabilidad y las crisis en que se vio inmerso es una de sus resultantes y efectos más directos.

Una de las repercusiones de la apatía oficial se tradujo en el vacío de poder imperante en la televisora oficial. Al "abandonar" Pedro Ferriz la dirección Margarita López Portillo, directora de RTC, asume el mando durante 18 días para, finalmente, nombrar "Coordinador" a Claudio Farfas, quien se distinguiría por su falta de experiencia, sobre todo en las áreas de producción y programación.

El vacío de poder característico de Canal 13 en la práctica sería la manifestación de esa falta de un poder real del que no gozaban quienes se habían encargado de dirigirlo. Así lo demostrarían las renunciadas de Raúl Cardiel Reyes, Alejandro Palma Argüelles y la sorpresiva dimisión -no aceptada oficialmente- de Claudio Farfas a 4 meses de su nombramiento. Además que resulta significativo que en lugar de ser nombrado director, Farfas sólo se convierta en el "Coordinador".

No obstante, a Farfas se le permitió, con sus limitaciones, impulsar una política autoritaria y vertical aún a sabiendas del deterioro de la imagen de la televisora.

Si establecemos un parangón de lo que acontecía en la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia y lo sucedido al interior del Canal 13 veremos que habría un rasgo de identidad: hay una profunda contradicción entre las declaraciones del gobierno sobre el uso de los medios de difusión y las prácticas llevadas a cabo.

Por un lado tenemos que ya en octubre de 1981, fecha de la salida de Ferriz, Luis Javier Solana, Coordinador de Comunicación Social, hace sus últimos esfuerzos por rescatar el proyecto de ley de Comunicación Social. De la disponibilidad para legislar el derecho a la información se da la voltereta y los antes defensores de éste pasan al silencio para después negarlo, sobre todo ya cuando se dio la renuncia de Luis Javier Solana -en febrero de 1982- y el ascenso de Francisco Galindo Ochoa a la Coordinación de Comunicación Social. Es decir, las declaraciones eran totalmente opuestas a los hechos, no había claridad ni precisión.

De otra parte tenemos que mientras Claudio Farfas pretendía los cambios de programación "sin perjuicio o menoscabo de sus lineamientos encaminados a servir al auditorio", uno de los rasgos fue, justamente, consolidar la comercialización. En otras palabras, en uno y otro caso los hechos eran distintos al discurso oficial. Una misma fórmula: las decisiones, verticales.

De la tolerancia gubernamental se pasó a la intolerancia ya con Francisco Galindo Ochoa al frente de la dependencia encargada de la comunicación social. De las afirmaciones sobre una televisión de servicio social se pasó a la consolidación del mercantilismo en la televisión oficial.

Así como no es casual, entonces, que en 1982 se elimine del camino a Luis Javier Solana, tampoco es gratuito que con Claudio Farfas se pase a las decisiones verticales al cambiar la programación sin consultar

a los responsables de ésta.

Ahora bien, es importante destacar que en 1982 de hecho se encontraba en la recta final con el país inmerso en una de sus peores crisis económicas. La situación se tornaba en exceso grave por todas sus implicaciones políticas y económicas.

Hipotéticamente podemos afirmar que el autoritarismo que caracterizó al último año del gobierno Lópezportillista es consecuencia, en cierta medida, de la crisis económica. Ante la imposibilidad del convencimiento por medio del discurso oficial, sobre todo por la pérdida de credibilidad en los gobernantes y funcionarios, no había otra medida que imponer las decisiones (valga recordar el boicot publicitario a las revistas Proceso y Crítica Política; el cierre del programa radiofónico Opinión Pública y la negativa a concesionar estaciones de radio a las universidades de Puebla y Guerrero).

Las decisiones de cúpula en las diferentes áreas gubernamentales también se venían reflejadas en la emisora oficial. Debemos de considerar que con el último director de Canal 13 en el sexenio del presidente López Portillo de hecho está por concluir el periodo de éste y, por consecuencia, se infiere que al gobierno le interesaba sobremedida evitar las convulsiones y presentar una emisora estable, al menos en apariencia.

Esta situación llevó entonces a Farfas a realizar cambios constantes en la programación, pasando por alto la opinión y autoridad de los encargados de hacerlo. El resultado fue que los programas culturales y educativos no estaban debidamente organizados pues se transmitían combinados con los deportivos lo cual restaba coherencia y continuidad entre programa y programa. La falta de capacidad y conocimiento de Farfas demostraron al poco tiempo la falta de coherencia e irracionalidad en sus disposiciones.

Los cambios de programación estaban estrechamente vinculados con el deseo de sanear las finanzas del canal y su consecuente comercialización. Si en 1981 se decide no transmitir anuncios de cigarros y bebidas alcohólicas, con Farfas se vuelven a emitir y se traduce en una marcada tendencia a dotarse de recursos económicos haciendo de lado la calidad y el servicio social que debía ofrecer la televisora.

Luego entonces, la marcada comercialización impulsada por Claudio Farfas nos explica por qué los objetivos iniciales de Canal 13 se quedaron diseminados en el camino y por qué ya no se hacía referencia a la televisión de servicio comunitario. Ese fue el sello del último director del cabalístico 13 en el sexenio pasado.

La imagen difundida por Claudio Farfas sobre el funcionamiento del Canal 13 era muy distinta. Desde noviembre de 1981 hasta diciembre de 1982, según los voceros de Farfas, se habían saneado las finanzas: a los 2 meses de iniciada su gestión se habían saldado 400 millones de deuda. Pero cuando Pablo Marentes asume la dirección, en diciembre de 1982, se demuestra lo contrario: con una auditoría se comprobó que la emisora del Ajusco tenía un déficit de 2,300 millones de pesos. Un documento interno de Canal 13 ("Consideraciones al estado...") pone al descubierto el índice de costos y pérdidas de los programas de mayor importancia, el cual arroja -de un mes- una "pérdida bruta de 74.5 millones".

Por el contrario Claudio Farfas no se cansaba de repetir que el saneamiento del canal era un hecho. Contrario a lo que pudiera pensarse, el caos con este director no se terminó, la carencia de información en los órganos periodísticos consultados nos permite inferir que los erro-

*Véase páginas 329 y 330 para ampliar la información.

res sólo fueron acallados y se mantenía un hermetismo sobre las medidas implementadas y sus resultados. Con Claudio Farfán culminó la debacle.

El sexenio de José López Portillo finalizó dejando establecido que el derecho a la información no se había legislado por la incertidumbre y se optaría por la libertad (de los concesionarios, por supuesto), dejándolo ceñido al reducido campo de la Reforma Política.

La cuestión era bien clara, no se legisló el derecho a la información porque esto implicaba, necesariamente, haber afectado a los dueños de radio y televisión. Estos, primero, y el gobierno, después, argumentarían que se hubiera afectado la libertad de expresión. En el fondo se tiene que se optó por no lesionar y seguir beneficiando a los concesionarios así lo demuestra, también, la concesión otorgada a la televisión privada de 46 estaciones terrenas ya para finalizar 1982.

Tales decisiones son las pruebas más evidentes del fracaso gubernamental por impulsar una política de comunicación social en beneficio de las mayorías y el triunfo, en todos los campos, de los dueños de la industria de las ondas electromagnéticas.

Los concesionarios lograron imponer su voluntad aún a costa de los amplios sectores de la población que exigía un cambio favorable a ésta.

De hecho el gobierno nunca tuvo la capacidad necesaria para enfrentar a la televisión privada en su área, a lo más que llegó fue a reorganizar su sistema de Televisión (Televisión Rural de México y Canal 13) pero fuera de esto se fue de fracaso en fracaso y en pocas ocasiones se pudo sacar provecho de las emisoras de radio y televisión en manos del gobierno.

Ese fue el caso de Canal 13 y su prueba son los constantes cambios de directores, personal, programación a lo largo de 1976 a 1982. En suma, 8 directores para un sexenio.

Cuando Marentes recibe las instalaciones, en diciembre de 1982, los supuestos logros pregonados por la administración de Claudio Farfas se vienen por tierra y, de nueva cuenta, salen a relucir los conflictos: laborales, de programación, administrativos, en el área técnica etc., De todo había un poco.

La relativa calma durante el periodo de Farfas obedecía más al silenciamiento que a la resolución de los problemas. Si canal 13 en 1982 arrojaba una pérdida de 2300 millones de pesos no podía pensarse que trabajó adecuadamente. Claudio Farfas se inclinó por la comercialización pero ni siquiera supo administrar y manejar el canal bajo esa perspectiva, de ahí que en la televisora gubernamental se haya visto materializada una política de comunicación social inconclusa y contradictoria.

¿Hacia dónde va Canal 13? Esta pregunta sólo la podremos responder con base en el rumbo escogido por el gobierno de la Madridista para organizar los medios de difusión estatales.

Miguel de la Madrid empezó por el lado opuesto: primero reestructura el sistema de la difusión gubernamental y decide la creación del sistema IMEVISION. Luego convoca al Foro de Comunicación Popular para "escuchar" las proposiciones. Es decir, en la toma de decisiones sigue el mismo procedimiento que su antecesor: primero decide y luego escucha. Inclusive hay una respuesta inmediata a las posiciones contrarias y se decide cerrar todo espacio a los grupos que de alguna manera pedían la afectación de los concesionarios de radio y televisión privada. De tal suerte que el Foro Permanente de Comunicación Popular (organismo

creado por partidos políticos de izquierda y organizaciones populares a finales del sexenio Lópezportillista, como una respuesta a la pasividad gubernamental para impulsar el derecho a la información y la democratización de los medios de comunicación) es condenado a mantenerlo en el silencio y no permitirle ninguna posibilidad de que pueda tener una participación activa.

La medida adoptada por el gobierno del presidente Miguel de la Madrid acarrea un vicio de fondo pues las disposiciones oficiales relacionadas con los medios de difusión no afectan los intereses y estructura del radio y la televisión privada, no hay una reestructuración de fondo en virtud de que éstos permanecen intocados y los medios de difusión gubernamentales sólo son reorganizados.

En cuanto al rumbo seguido por el Canal 13 son notorios algunos cambios, pero no los necesarios. En el actual sexenio se da más tiempo de pantalla a los funcionarios, la televisora difunde el mensaje oficial. Además es notoria la reducción de los mensajes publicitarios, se reducen los comerciales y el mayor número de patrocinadores pasan a ser las dependencias gubernamentales, pero no hay un cambio de fondo.

Como consecuencia, en la medida en que el gobierno no siente las bases para alterar la legislación relacionada con los medios de difusión e impulse un proyecto que beneficie a la población todo cambio legislativo pierde su efectividad.

CONCLUSIONES

En el plan de trabajo de esta investigación quedaron establecidas tres hipótesis en las cuales planteamos los aspectos medulares por comprobar. En la primera de ellas quedó establecido que "El proyecto de comunicación social de José López Portillo cayó en innumerables contradicciones (derecho a la información, incapacidad para hacer frente a la televisión comercial, cierre del programa Opinión Pública etc...) porque el Estado no ha tenido el interés y la capacidad necesarias para llevar a cabo una efectiva comunicación social".

Tomando como base la investigación bibliográfica y hemerográfica nos hemos dado cuenta que, en efecto, a pesar de que en los inicios del sexenio lópezportillista se vislumbra la intención de llevar a cabo todo un proyecto de comunicación social, el cual se inició con el impulso de la Reforma Política y a través de ésta quedaba legislado el derecho a la información -aunque sólo como un derecho de partido, no una garantía individual- sin embargo sólo hasta ahí se llegó, no hubo mayor avance, justamente porque el gobierno tuvo que enfrentar los embates de concesionarios y sector privado quienes se oponían a cualquier intento legislativo, tal como dejamos establecido en el capítulo 2.5

Dichas posiciones, junto con la falta de capacidad para sacar adelante la legislación no hicieron posible que el gobierno de José López Portillo hiciera efectiva la política de comunicación social. Esto lo llevó a caer en contradicciones y negar, incluso, todo intento legislativo. La postura inicial cayó por tierra con las mismas acciones gubernamentales pues la tónica en este sexenio terminó con el acallamien-

to de las voces disidentes (secuestro de los archivos de CENCOS, el cierre del programa de radio Opinión Pública, la negativa a concesionar radiodifusoras a las universidades de Guerrero y Puebla), por tanto lo anterior nos lleva a demostrar la incapacidad gubernamental para desarrollar su política de comunicación social.

Retomando el Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación vemos que en el caso de nuestro país, con José López Portillo los intentos iniciales de su gobierno se vieron frustrados para impulsar un proyecto de comunicación social porque no se hizo la reivindicación adecuada de la "democratización de la comunicación pues ello implica (ba) un acceso mayor del público a los medios de comunicación. (lo cual) Significa también unas posibilidades mayores de intercambiar información en un plano mayor de igualdad... sin una participación mayor de los lectores, los espectadores, y los oyentes en la adopción de las decisiones y en la constitución de programas de los medios de comunicación social, la verdadera democratización no llegará a ser una verdadera realidad".*

Por otra parte hemos de señalar que hubo otros factores, no señalados en las hipótesis, que influyeron para hacer manifiesta la incapacidad del gobierno para llevar a buen fin lo que fue su proyecto de comunicación social. De esta forma tenemos que al mismo interior del gobierno había funcionarios en contra del intento renovador, quienes sirvieron de saboteadores y propiciaron el silencio.

*Para una mayor información al respecto consúltese Un solo mundo, voces múltiples varios autores p. 178

miento de las discusiones referidas al derecho a la información. Aunque primero se convoca (en 2 ocasiones) a las audiencias públicas con el paso del tiempo se elimina toda declaración al respecto y se pasa al silencio total. La misma indefinición oficial hacía caer a los funcionarios en el garlito y los llevaba a contradecirse unos a otros, como fue con el caso de las posiciones encontradas de Luis M. Farfás, líder de la Cámara de Diputados, y Rodolfo González Guervara, subsecretario de Gobernación.

En apariencia hasta 1980 se tuvo la pretensión de legislar una ley de Comunicación Social, el proyecto encargado a Luis Javier Solana así lo prueba; sin embargo lo fundamental es que nunca se llevó a cabo.

En la segunda hipótesis afirmamos que "Al Estado le faltó capacidad política para modificar muchas de las prácticas de la televisión comercial, porque no mantenía el control de los medios de comunicación". Esta falta de capacidad para controlar los contenidos de la televisión comercial se debe, en cierta medida, al alto grado de concentración de capital logrado por la televisión privada. Si en 1976 el 46.84% de las concesiones⁴ eran controladas por cinco organizaciones y Televisa en segundo lugar, para 1982 pasaría al primero. Además, es conveniente reconsiderar que los accionistas del

⁴Vid supra cap. 1.8.6 p.63

emporio televisivo tienen altas inversiones en otras áreas productivas. Luego entonces, con el poderío económico y el elevado control que los concesionarios tenían (y tienen) sobre radio y televisión, incapacitaba al gobierno para modificar la comercialización de la industria de las ondas electromagnéticas, en la misma medida en que aquél no ha tenido ni tiene el control de los medios de difusión. Todavía al contrario, esa falta de poder le ha permitido a los concesionarios actuar como han querido aún cuando la violación a la Ley Federal de Radio y Televisión ha sido constante. El número de comerciales transmitido por radio y televisión, por ejemplo, ha rebasado el máximo permitido por dicha reglamentación.

Todavía más grave es que el gobierno ha permitido el expansionismo de la televisión privada: al finalizar el periodo de López Portillo se otorgó permiso para explotar 95 estaciones*. Es decir, en lugar de que se hayan implementado medidas para controlar a los concesionarios, se les permitió expandirse, adquirir una mayor penetración y controlar la industria televisiva a costa de la prioridad que debería tener el Estado en esta actividad.

Tercera hipótesis: "El Canal 13 se ha visto imposibilitado a funcionar en base a la realización de una televisión de beneficio social porque el Estado no tiene proyectos precisos sobre su producción televisiva. Esto ha llevado al canal gubernamental a la indefinición y la anarquía en la elaboración de sus mensajes".

*Consúltese p.p. 195-196 y subsiguientes

En el cuarto y último capítulo hicimos un análisis detallado de las disposiciones que se llevaron a cabo a lo largo de 6 años en la vida azarosa del Canal 13 y consideramos haber confirmado la hipótesis de trabajo. Ciertamente la carencia de un proyecto donde se definiera qué se esperaba de la emisora oficial y cómo lograrlo propiciaron los vaivenes y desorden en las actividades de la teledifusora.

Cada uno de los directores quiso poner en práctica sus "proyectos", pero ninguno sustentaba su actividad en un programa emanado de la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, órgano que debía ser quien indicara las directrices. Todos los directores del 13 coincidían -desde María del Carmen Millán hasta Claudio Farías- en que el objetivo era presentar una alternativa diferente a la televisión comercial, sin embargo sólo eran conceptos vagos e imprecisos. Nunca fue señalado cómo se lograría cumplir con ese objetivo, justamente porque no había programas y proyectos a "largo plazo". Cada quien trabajaba en función de su propio punto de vista, de tal forma que las metas iniciales de la televisora gubernamental se desvanecieron y se cayó en lo que no se pretendía: la comercialización.

Ya en este momento lo anterior nos permite llegar a un acercamiento integral para explicar la problemática del Canal 13, considerando la multiplicidad de factores que lo componen y que no fueron considerados en las hipótesis.

Podemos establecer que la comercialización fue decidida desde la administración de María del Carmen Millán; sólo tuvo sus altibajos y, sobre todo, periodos en los que se remarcó notablemente como con Alejandro Palma Arguelliés, Jorge Cueto García y Claudio Farías.

Por consecuencia, 2 fueron los factores principales de ello:

a) Se careció, en todo el sexenio, de una política de comunica-

ción social que permitiera definir cómo debían funcionar y bajo qué principios se llevarían a cabo los planes de trabajo en los diferentes medios de difusión gubernamentales y entre ellos el Canal 13.

b) El gobierno decidió la comercialización de la emisora de Ajusco para evitarse el subsidio, pues su mantenimiento implicaba un alto costo económico. Por consecuencia, la ruta que se encontró más eficaz fue la comercialización, aún a costa de los objetivos que dieron lugar a su adquisición.

El régimen encabezado por el presidente José López Portillo en realidad no tuvo la capacidad necesaria para impulsar un proyecto de televisión diferente a la mercantil, entre otras cosas porque tenía que enfrentar la experiencia y control que el monopolio de Televisa ejerce sobre la información en nuestro país.

Además vemos que la mayoría de quienes se encargaron de dirigir al Canal 13 adolecían del conocimiento necesario (Carmen Millán, doctora en Letras; Raúl Cardiel Reyes, doctor en Filosofía; Jorge Velasco, administrador; Jorge Cueto García, médico; Claudio Farfás, administrador). O sea, de los 7 directores (Abel Quezada no está considerado pues de hecho no puso en práctica ninguna medida) 5 de ellos carecían de experiencia en la industria televisiva. En el caso de Claudio Farfás, por ejemplo, antes de ser director su actividad se había desarrollado en el sector administrativo, él mismo reconocía su falta de conocimiento en las áreas de programación y producción, quizá por ello sus avances los veía sólo en términos de ingresos económicos.

El único que tenía conocimiento y una larga experiencia fue Pedro Ferriz, pero tuvo una estancia demasiado corta y en los dos meses de su gestión sólo afloraron los problemas.

La falta de experiencia y capacidad de quienes dirigieron la televisora gubernamental determinó, en primera instancia, que el gobierno echara mano del personal formado en la televisión privada y, por consecuencia, influyó determinadamente para que la programación de la teledifusora oficial en muchas ocasiones se viera identificada con la de Televisa.

De otro lado tenemos que la emisora del Ajusco tenía que enfrentar una estructura televisiva que la superaba demasiado en recursos técnicos y económicos, lo cual dificultaba su funcionamiento. Por ello a pesar de que Canal 13 siguió el camino de la comercialización lo hizo mal pues no tuvo la capacidad de generar sus propios cuadros y acudió a los de la televisión comercial (Ángel Fernández, Enrique Cuenca "polivoz", José Cárdenas, Joaquín López Dóriga, Luis de Llano Pedro Ferriz etc...) en su afán por conquistar el mayor número de auditorio a través de la competencia con la televisión privada.

La conjugación de dichas circunstancias dio lugar, entonces, a la incongruencia entre los objetivos de hacer una televisión diferente a la comercial y lo que sucedió por último. El discurso oficial contradecía las prácticas del gobierno en el Canal 13 y en el sector de los medios de difusión. No es casual que la Coordinación de Comunicación Social haya tenido 5 directores y Canal 13, 8. Tampoco es accidental que el gobierno incurriera en innumerables contradicciones sobre su posición acerca del derecho a la información.

Por lo tanto, si el gobierno cotidianamente contradecía su propio discurso con los hechos y no tuvo la capacidad política necesaria para impulsar un proyecto propio de una televisión de beneficio social, menos iba a sacar adelante el derecho a la información, no digamos

su proyecto de comunicación social. La situación imperante en el sector de los medios de difusión gubernamentales se vio reflejada, sin duda, en el Canal 13.

En 1986 la emisora del Ajusco no es muy diferente a la de hace 10 años. Ciertamente ha habido reorganizaciones pero no se podría considerar que presente una alternativa real frente a la televisión comercial. Es frecuente el cambio de personalidades (López Dóriga acaba de ser despedido por segunda ocasión, José Cárdenas se fue y regresó y así van y vienen...) pero no hay cambios sustanciales en cuanto a la orientación del canal.

Se han dado algunas modificaciones, sobre todo en la sustitución de la publicidad por anuncios de empresas paraestatales y se da mayor voz a los funcionarios gubernamentales para difundir las ideas de quienes dirigen las diferentes secretarías de Estado. Sin embargo vemos que también se ha incrementado la compra de series extranjeras y la difusión de programas excesivamente caros (Blanco y Negro de Raúl Vale) que no justifican ni, mucho menos, alcanzan a reponer la inversión.

Con todo y la reordenación del sistema de televisión oficial a través de IMEVISION la penetración sigue siendo escasa y el interés oficial por impulsarlo es discutible. En 1985 la banca nacionalizada otorgaba de su presupuesto para publicidad un 14% al Canal 13 y 86% a Televisa, de ahí la importancia que las mismas oficinas estatales dan a la televisora oficial y puede dar una idea del valor que el propio gobierno da a su televisión.

A 14 años de haber sido adquirida no hay cambios notables que muestren un avance significativo. Nada menos, el nivel de penetración de Canal 13, con todo y su amplia red nacional, es demasiado bajo en comparación con el alcanzado por Televisa.

La experiencia ha demostrado que el derrotero seguido en la emisora estatal no es el adecuado, su inestabilidad en el sexenio anterior es un indicador. Si en realidad se pretende hacerle funcionar como corresponde el gobierno debe primero ordenar el desorden, definiendo qué se pretende con el canal de Ajusco y puntualizando pautas para saber cómo cumplir con su cometido.

Lo anterior implica, por fuerza, elaborar programas de trabajo a corto, mediano y largo plazos (el único que tuvo una idea más o menos precisa fue Enrique González Pedrero, director en el sexenio del presidente Luis Echeverría Alvarez).

Puede resultar desastroso llevar a cabo cambios radicales, lo más indicado es ir haciéndolos gradualmente pero con objetivos y líneas bien definidos. No olvidemos que el televidente mexicano ha estado acostumbrado a digerir los mensajes de la televisión privada y resultaría difícil conquistarlo sin antes haber un proceso de cambios de conducta y de mensajes; para ello se requiere analizar la estructura de los destinatarios a fin de lograr cambios eficaces.

Desde luego que una modificación en la orientación del Canal 13 no será posible si no es eliminado el criterio de considerar al televidente sólo como un consumidor. Dicha medida, por fuerza, debe tener como base una disposición gubernamental para sacrificar ingresos económicos y darle otro giro a los contenidos de su programación. En caso de no suceder así continuarán los mismos vicios, el mismo canal.

Por último queremos dejar precisado que la investigación, es indudable, presenta limitaciones pues el periodo seleccionado fue muy amplio. A pesar de ello se pretendió probar las hipótesis y cumplir los objetivos que nos establecimos en el proyecto de tesis.

Este trabajo, pues, no responde en su totalidad al conjunto de conflictos que vivió la televisora gubernamental en los seis años estudiados, sin embargo pretende dar un acercamiento para continuar con futuros trabajos que permitan explicar la vida azarosa del cabalístico 13.

NOTAS

- 1.- Excélsior, 31 de enero de 1972
- 2.- "La televisión estatal en México" Jorge Alberto Lozoya, en Revista Foro Internacional #55. Enero-marzo de 1974 p.402
- 3.- Citado por Miguel Angel Granados Chapa en Cine Mundial "Plaza Pública" 16 de octubre de 1978 p.6
- 4.- Lozoya, Jorge op. cit. P.413
- 5.- Ibidem
- 6.- Ovaciones, 8 de noviembre de 1972
- 7.- Diorama de Excélsior "Esquema para una televisión de Estado", Jorge Hernández Campos, 20 de noviembre de 1972 p.11
- 8.- El Día, 10 de enero de 1973
- 9.- El Estado en la Televisión. Una Experiencia Mexicana: Canal 13 Informe de Enrique González Pedrero, sin número de páginas
- 10.- Idem
- 11.- Citado por Guillermo Tenorio en "Elementos para el análisis..." op. cit. p.24
- 12.- Citado por Raúl Cremoux Comunicación Social conferencia celebrada en el CONACYT en junio de 1976
- 13.- González Pedrero op. cit.
- 14.- "La abstención del Estado en la televisión mexicana" en Revista del Centro de Estudios Políticos #5, Fátima Fernández Christlieb p.157
- 15.- "La televisión de Estado", Miguel Angel Granados Chapa en Revista Nueva Política #3 p.236
- 16.- Ibid "Comercialización o interés social" p.p.215-216
- 17.- Proceso #46, 13 de septiembre de 1977
- 18.- Idem 20 de septiembre de 1977 p.p.18-19
- 19.- Proceso #107, 20 de noviembre de 1978 p.26
- 20.- Cine Mundial, 17 de febrero de 1977 p.17
- 21.- Id 16 de julio de 1977 p.17
- 22.- Ibid 10 de agosto de 1977 p.4
- 23.- Idem 4 de agosto de 1977 p.19
- 24.- Ibidem 7 de julio de 1977
- 25.- Proceso #46, 19 de septiembre de 1977 p.8
- 26.- Ibidem p.6
- 27.- Id #47, 22 de septiembre de 1977 p.21
- 28.- Ibid p.7
- 29.- Idem p.20
- 30.- Ib p.21
- 31.- Ibidem

NOTAS

- 32.- Proceso #54, 14 de noviembre de 1977 p.p.61-63
- 33.- Saldaña, Magdalena "La televisión estatal, una joven que promete" en Diorama de Excélsior, 13 de noviembre de 1977 p.3
- 34.- Tenorio, Guillermo op. cit. p.IV.31
- 35.- Programación actual de la televisión mexicana, D.F. y Valle de México Salvador Castillo P. mimeografiado, marzo de 1978
- 36.- Proceso #79, 8 de mayo de 1978 p.53
- 37.- Uno más Uno, 17 de octubre de 1978
- 38.- Cine Mundial, 28 de octubre de 1978 p.2
- 39.- Idem 15 de noviembre de 1978 p.1
- 40.- Ibidem 17 de noviembre de 1978. p.3
- 41.- Id
- 42.- Ibid 2 de diciembre de 1978 p.3
- 43.- Proceso #112, 25 de diciembre de 1978 p.30
- 44.- Cine Mundial, 22 de diciembre de 1978 p.p.1,5
- 45.- Proceso #114, 8 de enero de 1979 p.p.31-32
- 46.- Cine Mundial, "Plaza Pública" Miguel Angel Granados Ch. 27 de diciembre de 1978 p.5
- 47.- Proceso #123, 12 de marzo de 1979 p.25
- 48.- Cine Mundial, 3 de marzo de 1979 p.16
- 49.- Proceso #123, 12 de marzo de 1979 p.p.25-26
- 50.- Cine Mundial, 26 de abril de 1979 p.16
- 51.- Idem 5 de mayo de 1979 p.20
- 52.- Proceso #136, 14 de mayo de 1979 "Marcador", Francisco Ponce p.61
- 53.- Cine Mundial, 10 de julio de 1979 p.17
- 54.- Ib 22 de noviembre de 1979 p.15
- 55.- Ibidem 16 de enero de 1980 p.5
- 56.- Id 5 de marzo de 1980 p.19
- 57.- Cine Mundial, 15 de abril de 1980 p.18
- 58.- Ibid 30 de mayo de 1980 p.15
- 59.- Proceso # 249, 10 de agosto de 1981 p.46
- 60.- Ibid #189, 16 de abril de 1980 p.p.44-45
- 61.- Idem p.p. 44-47
- 62.- Cine Mundial, 5 de junio de 1980 p.2
- 63.- Ib 10 de junio de 1980
- 64.- Proceso #189, 16 de junio de 1980 p.p.45-46
- 65.- Idem #220, 19 de enero de 1981 p.11

NOTAS

- 66.-Sánchez, Santiago "La utilización del tiempo..." Instituto del Consumidor p.20
- 67.-Cine Mundial, 19 de mayo de 1981 p.1
- 68.-Idem 28 de abril de 1981
- 69.-Proceso #254, 14 de septiembre de 1981 p.7
- 70.-Nexos #13, enero de 1979 p.p.45-46
- 71.-Proceso #249, 10 de agosto de 1981 p.17
- 72.-Ib #252, 31 de agosto de 1981 p.25
- 73.-Cine Mundial, 10 de septiembre de 1981 p.2
- 74.-Uno más Uno, "Entrevista con José Ramón Fernández" Carlos Ulanovsky 26 de enero de 1982 p.21
- 75.-Uno más Uno, 10 de septiembre de 1981 "Plaza Pública" p.4
- 76.-Proceso #254, 14 de septiembre de 1981 p.6
- 77.-Idem
- 78.-Cine Mundial, 8 de septiembre de 1981 p.3
- 79.-Proceso #247, "El trece de la loca suerte" Froylán López Narváez, 7 de julio de 1981 p.23
- 80.-Ibid #254, "El 13: un gran canal" Froylán López Narváez 14 de septiembre de 1981 p.23
- 81.-Idem p.7
- 82.-Cine Mundial, 10 de septiembre de 1981 p.2
- 83.-Proceso #272 18 de enero de 1982 p.p.45-46
- 84.-Idem #278 1^a de marzo de 1982 p.p.54-55
- 85.-Uno más Uno, citado por Miguel Angel Granados Chapa, 21 de julio de 1981 p.4
- 86.-Cine Mundial, 10 de junio de 1982 p.19
- 87.-El Día y Cine Mundial, 28 de julio de 1982
- 88.-Uno más Uno, 29 de enero de 1983 p.5
- 89.-Cine Mundial, 28 de agosto de 1982 p.17
- 90.-Citado por José Luis Mejías en Excélsior, "Los Intocables", 2 de diciembre de 1982 p.p.1,20
- 91.-Proceso #322, 3 de enero de 1983 p.63

BIBLIOGRAFIA

- Arriaga, Patricia Publicidad, economía y comunicación masiva Editorial CEESYEM, México 1982 360p.p.
- Bermúdez, Roberto La Reforma Agraria y el régimen de José López Portillo (mimeografiado) UNAM, FCPS México 1981 30 p.p.
- Carrillo, Lavat Armando A. La política de comunicación de Canal 13 de la televisión de México. Tesis profesional UNAM, FCPS 1979
- Castillo, Salvador Programación actual de la televisión mexicana (D.F. y Valle de México) mimeografiado. Investigación realizada para la materia de "Teoría de los medios de comunicación colectiva" FCPS UNAM marzo, 1978 28 p.p.
- Cazeneuve, Jean El hombre telespectador Editorial Gustavo Gili, España 1977 240 p.p.
- Ceceña, José Luis Planes sin planificación Editorial Proceso 2a. edición México 1981
- Cremoux, Raúl Televisión o prisión electrónica Editorial Fondo de Cultura Económica (breviarios) México, 1973 p.p. 140.
- La legislación mexicana en radio y televisión Editorial UNAM, México 1982 220p.p.
- Dorantes, Gerardo, Molina Silvia et al Prensa y derecho a la información UNAM, México 1980 460 p.p.
- Fernández, Christlieb Fátima Los medios de difusión masiva en México Editorial Juan Pablos, México 1982 460 p.p.
- El proyecto de TRM 1979-1982 (memoria) Editado por la Dirección General de RTC. México, septiembre de 1982 128p.p.
- Filosofía política de J.L.P. Editado por la Secretaría de Programación y Presupuesto México. D.F. 1980 290p.p.
- González, Pedrero Enrique El Estado en la Televisión. Una experiencia mexicana: Canal 13. Informe de EGP (director de Canal 13) a Luis Echeverría A. México D.F. 14 de julio de 1976
- Granados, Chapa Miguel A., Mattelart, Armand et al Revista Nueva Política "El Estado y la Televisión" Fondo de Cultura Económica (distribuidor) Vol. I #3 julio-septiembre de 1976. México 288p.p.

-Granados, Chapa Miguel A.

"Papi me compró el 13, ¿ves? Televisión y radio en 1978" en Nexos #13, enero de 1978, Año II

La Reforma Política Editorial UAM México, 1982 115 p.p.

"La televisión de Estado (en busca del errero perdido)" en Revista Nueva Política #3 Vol. I julio-septiembre 1976 México 288 p.p.

-Hernández, Campos Jorge

"Esquema para una televisión de Estado" en Diorama de Excélsior, 20 de noviembre de 1972 p.11

-López, Moreno Javier

¿Qué es la Reforma Política? Editorial UNAM, México 1980 (biblioteca del estudiante universitario) 210 p.p.

-Lozoya, Jorge Alberto

"La televisión estatal en México: notas sobre un intento" Revista Foro Internacional #55 México, 1974 p.p. 404-420

-Varios autores

Las humanidades en el siglo XX (2) Editorial UNAM, México 1987 130 p.p.

-Mejía, Barquera Fernando

La industria de la radio y la televisión en México y la política del Estado mexicano Tesis profesional UNAM FCPS 820 p.p.

-Mejía, Prieto Jorge

Historia de la radio y la televisión en México

-

Plan Básico de Gobierno 1976-1982 PRI septiembre de 1985 México 110 p.p.

-Pérez, Espino Efraín

El monopolio de la televisión comercial en México Tesis profesional UNAM FCPS 1973

-

¿Qué es el Canal 13 de televisión?

Artículo mimeografiado y repartido por el Canal 13 a los visitantes México, 1980 12 p.p.

-

Revista de la Universidad de México #5 Vol. XXIV, enero de 1980

-

Revista del Centro de Estudios Políticos #5 FCPS UNAM Vol. I enero-marzo 1976 México

-

Revista del Centro de Estudios Políticos #6 FCPS UNAM Vol. II abril-junio 1976 México

-

Revista del Centro de Estudios Políticos #8 FCPS UNAM oct.-dic. 1976 Vol. II México, 1976

-

Revista del Centro de Estudios Políticos #9 FCPS UNAM Vol. III enero-marzo 1977 México

- Revista del Centro de Estudios Políticos #11 FCPS UNAM Vol. III Julio-septiembre 1977 México 1978
- Revista del Centro de Estudios Políticos #12 FCPS UNAM Vol. III Oct.-dic. 1977 México, 1978
- Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales #86-87 oct.-dic. 1976/ene.-mzo. 1977 UNAM FCPS año XXIII México 1977
- Reyes, Díaz Erwin "Los días de la contrarreforma" en Revista del Centro de Estudios Políticos #9 FCPS UNAM Vol. III enero-marzo 1977 México
- Saldaña, Magdalena "La televisión estatal, una joven que promete" en Diorama de Excelsior 13 de noviembre de 1977 p.3
- Santiago, Sánchez Herrero La utilización del tiempo de transmisión de los medios de comunicación masivos para fines de interés social Mimeografiado, Departamento de Documentación e Información Internacional, Instituto del Consumidor, sin fecha 20p.p.
- Tello, Carlos La política económica en México 1970-1976 Editorial Siglo XXI 4a edición México, 1980
- Tenorio, Herrera Guillermo Algunos elementos básicos para el análisis de la televisión en México Test Profesional UNAM FCPS 1976
- Villoro, Luis, Trejo, Raúl et al. México, Hoy Editorial Siglo XXI 3a edición, México 1979 419 p.p.

Hemerografía:

Diarios Cine Mundial, El Sol de México y Excelsior
Revista semanal Proceso