



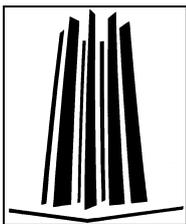
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

¿EXISTE UN PROYECTO CULTURAL
EN LA TELEVISIÓN MEXICANA?: EL CASO DE TELEVISIA

T E S I S A
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA
P R E S E N T A:
GISELA ANABELLE PONCE CHÁVEZ

ASESOR:
MTRO. JUAN MORA HEREDIA



MÉXICO

2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

A MIS PADRES

Por formar parte de mi vida

Gracias por todo el cariño y apoyo que de ustedes he recibido.

Por aceptarme como soy y respetar mis decisiones, gracias por impulsarme a ser cada día mejor y por creer en mí.

Pero sobre todo gracias a ti que eres para mí la persona más importante del mundo, gracias por tu amor y por estar siempre conmigo TE AMO MAMÁ.

A MIS HERMANOS

Gaby, Beto gracias por todos los momentos de felicidad que me han regalado, por los juegos, las peleas, y todo lo que hemos compartido, los quiero.

A MIS TIOS

Saúl, Alicia, Margarita

Gracias por su cariño, su apoyo, por soportar mi mal genio, saben que los quiero.

Tía Victoria, tío Eloy los quiero muchísimo, gracias por su cariño y por todos los momentos divertidos, "huerco" tu sabes que te tengo mucho cariño.

Ricardo, Rey, Rodolfo, Luisa, Susana, gracias por formar parte de mi familia, todos tienen un lugar en mi corazón.

A MIS PRIMOS
Todos y cada uno de
ustedes forman
parte importante de mi vida
y sobre todo tu, si tu sabes
que eres mi primito favorito.

A MIS AMIGOS

Por compartir conmigo una de las mejores
etapas de mi vida.
Por su cariño y por todos esos buenos
momentos que vivimos juntos.
Gracias Abigail, Diana, Grisel, Luís Antonio,
Claudia, Tania, Eder, Omar y mí muy
querida amiga Cynthia Santana Orozco, los
quiero 1000000.

AMIGOS Y COMPAÑEROS DE TRABAJO

Licenciado Ibarra muchas gracias por
su apoyo a lo largo de mi carrera.
Ceci 1000000 de gracias por tu amistad,
cariño, apoyo y consejos.
Luís, José gracias por todas las
ocasiones en las que me ayudaron,
gracias por su amistad.
Elba, Karla, Marce, Alejandro y Jesús,
gracias por su cariño, apoyo, y por
todos esos momentos divertidos.
Ana, Vicky, Ernestina, Silvia, Rocío, y
Arturo gracias
Por el apoyo que me brindaron durante
mi carrera.

A MIS PROFESORES

A todos los que me brindaron un poco de su
valioso conocimiento.
Mtro. Juan Mora gracias por apoyarme a
lograr esta meta.

A LA UNAM, NUESTRA MAXIMA
CASA DE ESTUDIOS
Por brindarme las herramientas
necesarias para mi formación
académica.

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO 1 “La importancia de los medios de comunicación”	16
1.1 El papel de la Televisión en la sociedad moderna	17
1.1.1 ¿De que es culpable la Televisión?	20
1.1.2 La relación Televisión Sociedad	20
1.2 Historia de la implementación de la Televisión	22
1.2.1 ¿Que es el monopolio televisivo?	25
1.2.2 La competencia entre empresas privadas	26
1.2.3 Los sistemas mixtos	27
1.2.4 La BBC de Londres	30
1.2.5 La BBC de Londres en español	30
1.2.6 La CBS	31
1.2.7 El fenómeno Berlusconi en Italia, el poder de los medios	32
CAPÍTULO 2 “Emilio Azcárraga Milmo y su imperio Televisa”	36
2.1 Nacimiento y desarrollo de la televisión mexicana	41
2.1.1 El grupo Televisa	42
2.2 Cronología de Televisa	45
2.3 La programación televisiva mexicana	86
CAPÍTULO 3 “Concesiones televisivas en México”	102
3.1 El tema de las concesiones televisivas en México	102
CAPÍTULO 4 “Necesidad de regular los medios de comunicación”	107
4.1 El consejo de autorregulación	110
4.1.1 Propuesta de Reforma	111
4.1.2 La Reforma y la campañas electorales	123
4.1.3 La llamada Ley Televisa	125
CONCLUSIONES	131
BIBLIOGRAFÍA	136

INTRODUCCIÓN

La comprensión de los medios de comunicación implica, hoy, entender las dimensiones del hombre. Los medios de comunicación permean todas las actividades humanas de manera tan insistente, intensa y extensa, que el entendimiento de cómo funcionan, con qué contenidos, intereses y resultados, es fundamental, lo mismo para explicarnos las variaciones de la economía, las relaciones sociales, y las tensiones de la política. Entender a los medios de comunicación es necesario tanto para prever los alcances de la educación, como para apreciar el estado de la moral en nuestras sociedades. A diferencia de la metáfora de McLuhan tenemos un sistema mediático que, lejos de ser extensión de los hombres, tiende a convertir a la gente en extensiones suyas. De allí la enorme importancia que adquiere el estudio de los medios de comunicación, en este caso específicamente la televisión.

Desde hace varios años se ha venido produciendo una importante ampliación del paisaje televisivo. A las formas de televisión abierta conocidas durante décadas se han unido la televisión por cable, Internet, televisión por satélite. Esta renovación del paisaje televisivo no se restringe solamente a las modificaciones tecnológicas sino a las relaciones de las audiencias con los productos televisivos, las variaciones de los gustos y las transformaciones de los géneros. Si los televidentes reciben actualmente más mensajes televisivos también varían las formas en que se relacionan con ellos, desde las maneras en que los seleccionan hasta los modos en que componen autónomamente sus propias carteleras de programación.

La televisión es el medio de comunicación que acapara los porcentajes más importantes de la inversión publicitaria y algunos de sus géneros -como sucede especialmente con la telenovela y los informativos- manejan presupuestos millonarios. Pero desde hace años la televisión ya no se limita únicamente a la producción y circulación de sus productos sino que desde el inicio, éstos se diseñan con la posibilidad de conectarse a otras actividades del espectáculo y el consumo. Artistas que son escogidos para facilitar la extensión internacional de los mercados, programas que dan lugar a presentaciones masivas o al desarrollo de una industria musical pujante, concursos, magazines o series dramáticas en los que se publicitan desde artículos de consumo doméstico hasta objetos sofisticados y de lujo son todas manifestaciones de esas intersecciones, cada día más intensas y complejas, entre la televisión y el merchandising.

La inexistencia de políticas televisivas, unidas a la definición social de políticas culturales, el poco riesgo y experimentación en sus labores creativas y de programación, la ausencia de productores independientes que propongan innovaciones de lenguaje, la copia de los formatos reiterativos de las televisiones comerciales son sólo algunos de los problemas que han sufrido las televisiones públicas y que en muchos casos las han conducido infortunadamente a una realidad de postración y soledad. Las televisiones públicas ofrecieron espacios emancipatorios donde, en palabras de García Canclini (1998), «crecieron la información independiente y la conciencia

ciudadana, se legitimaron las demandas de la gente común y se limitó el poder de los grupos hegemónicos en la política y en los negocios».

Pero, según el mismo autor, estos espacios emancipatorios están en peligro por varios motivos; por «la reducción del papel de los estados como proveedores de los servicios públicos y el estrechamiento de sus recursos financieros en un período en que las innovaciones tecnológicas y el encarecimiento de la producción comunicacional exigen altas inversiones, que son más accesibles al sector privado; las iniciativas de renovación y expansión dejan de estar en manos de la British Broadcasting Company (BBC), de la RAI italiana, y de los medios estatales en Europa y América Latina, que ceden ese papel a Murdoch, Berlusconi, CNN, Globo y Televisa» así como por «el aumento de la competencia transnacional por los mercados y la innovación tecnológica, que subordina a la rápida acumulación mercantil las tareas culturales y la responsabilidad informativa, llevando incluso a la “autocomercialización” a las radios y a los canales de televisión públicos».

Una revisión de la situación de la industria mediática parece indicar que se están dando reformulaciones importantes en la identidad de los medios como actores sociales, variaciones en los órdenes de sus alianzas entre sí y con otras instituciones sociales, un redibujamiento de la propiedad que deja atrás -por lo menos como tendencia- el sentido meramente acumulativo temporalmente y lento de otros años. Pero también se producen reacomodamientos, como ya se ha visto, de las relaciones entre lo público y lo privado, ampliación, segmentación e intersección de las audiencias y una influencia entre medios y entre; todo ello unido a cambios en las percepciones

sociales sobre las industrias culturales y en las actuaciones ante ellas de la sociedad civil.

La significación social de los medios está variando. Junto a su capacidad de representar lo social y construir la actualidad persiste su función socializadora y de formación de la cultura. Entrelazados con la historia de las sociedades modernas los medios además de «mostrar» cómo se van dando los cambios, los acompañan.

Pero también los medios expresan en su funcionamiento los cambios que viven los Estados, que se rediseñan tratando de encontrar el tamaño adecuado, la flexibilidad necesaria, los campos y las formas de presencia más acordes con las modificaciones que se viven en otros ámbitos de la vida en sociedad. Durante años la televisión ha sido un laboratorio donde se perciben las interacciones entre lo público y lo privado de una manera más intensa que en otros, los intentos de democratización como también de clausura, los ajustes -y desajustes- entre la fuerza de los grandes conglomerados y los derechos de los ciudadanos. Los cambios en los modelos de gestión de las televisiones públicas constatan con precisión la crisis del Estado del bienestar y de las formas proteccionistas mientras que resaltan los diseños de Estado que están emergiendo, las áreas de la vida social en que los medios tienen una participación mucho más protagónica, incluso reemplazándolo o siendo complementario de algunas de sus funciones.

Los medios de comunicación han aumentado su rol de intermediarios entre instituciones del Estado y la gente, procesan la inconformidad de la ciudadanía, sensibilizan socialmente frente a intervenciones estatales en

ciertas situaciones y llegan incluso a ser factores determinantes de la gobernabilidad local o nacional. Todo lo anterior está acompañado de funciones que los medios han ido encontrando para sí y que son indicativas de las transformaciones políticas y culturales que se producen en la sociedad. La idea de que los medios de comunicación fundamentalmente «representan» lo social ha cedido ante su ascensión como actores sociales, ante su legitimidad como sujetos que intervienen activamente en la realidad.

Alianzas entre empresas nacionales de medios de comunicación, sinergias con empresas de otros sectores cercanos, participación extranjera -tecnológica, económica, de producción y distribución- en aumento, son hoy algunos eventos frecuentes que impactan e impactarán a los medios de comunicación. Esta movilización y adecuación de las empresas mediáticas genera debates complejos sobre la calidad de la información, el entretenimiento que presentan, su independencia, sus límites en materia de derechos fundamentales como la salvaguarda de la intimidad o la redefinición de la libertad de expresión; las formas de interacción con el Estado, las compatibilidades e incompatibilidades entre información e intereses económicos.

Cadenas como TV Azteca han aumentado su presencia tanto en la circulación de sus realizaciones televisivas como en la compra de estaciones en diferentes países del continente y Televisa le propone a estaciones televisivas latinoamericanas un proceso de integración operacional que cualifique sus flujos de información.

Los diseños corporativos y las sinergias con otras áreas afines, especialmente

con las telecomunicaciones, el entretenimiento y el procesamiento de datos, han desbaratado así los ordenamientos que se tenían hasta entonces para garantizar su funcionamiento mediático, imponen agresivas estrategias comerciales, suponen la búsqueda de otros tipos de productos, el desarrollo de algunos ya existentes y el debilitamiento de aquellos que ofrecen un mal pronóstico, exigen otros requerimientos profesionales de los equipos de producción, establecen interacciones entre medios de comunicación y fortalecen la especialización de las diversas unidades de negocio. Esta fuerte corporativización replantea las oportunidades y sobretodo los caminos viables de integración.

El enfoque sociológico aplicado al estudio de la comunicación es necesario para dar una adecuada sensibilidad, para comprender los problemas comunicativos, a la vez que unos modelos teóricos útiles, y permitir una acumulación y sistematización adecuada de conocimientos muy flexible. La Sociología de la Comunicación es una disciplina joven, y por ende hay falta de estudios sistemáticos sobre ella.

Los medios masivos de comunicación suponen: un recurso de poder (modo primario de transmisión y fuente de información esencial para el funcionamiento de instituciones); un ámbito donde se desarrollan asuntos públicos; una fuente importante de imágenes de la realidad social, de valores culturales; fuente primaria de la fama y de desempeño eficiente en la vida pública; sistema de significados que proporciona un patrón de lo que es "normal".

La ambigüedad metodológica y temática sobre la comunicación fluctúa entre un modelo informativo matematizado, o un tipo de discurso científico más propio del ensayo que de la investigación experimental rigurosa.

En su obra *Teoría y Estructura sociales*, Merton fundamenta el Funcionalismo comunicativo al enfrentarle con la "Wissenssoziologie" (Sociología del Conocimiento) europea. Para Merton, con los mass-media se abre una nueva etapa entre conocimiento y sociedad, sólo que ahora es posible el estudio de las nuevas modalidades y formas de interrelación entre conocimiento colectivo y medios tecnológicos de difusión de Masas. Las diferencias entre ambas formas de investigación, hecha por Merton, se convertirán en una referencia imprescindible a la hora de describir no sólo el tipo de temática sino, fundamentalmente, la diferente metodología utilizada en cada una de ellas.

Frente a la Sociología del Conocimiento europea, Merton contrapone la Sociología de la Comunicación norteamericana. En ésta, lo empírico prevalece sobre lo teórico, utilizándose una metodología en la que las técnicas cuantitativas y de Análisis de Contenido tipifican los procesos comunicativos. La opinión pública será el fundamento desde el que se lleva a cabo una investigación específica sobre sus valores, gustos, procesos de elección, etc. El funcionalismo mertoniano, conjuntamente con Harold D. Lasswell y Paul F. Lazarsfeld, una aplicación de las funciones y disfunciones que los medios de comunicación ejercen sobre la sociedad de capitalismo avanzado. En este punto, la revisión de la interrelación entre comunicación masiva y Sociedad Post-industrial se hará no sólo en la dirección (más parsoniana) de medios para la integración y la adaptación de la población a las necesidades e

imperativos del mercado, sino que también en la obra mertoniana se va perfilando un intento de análisis de la función de influencia social y persuasión que la comunicación comenzó a tener desde finales de la Segunda Guerra Mundial.

La sociología de los medios de comunicación es una disciplina relativamente nueva en nuestro país, aún sin un bagaje teórico suficientemente sólido ni apuntalado en experiencias abundantes. Apenas desde hace pocos años (a mediados de la década de los ochenta, cuando muy lejos) se ha empezado a estudiar a los medios de comunicación tomando en cuenta su interacción con la sociedad, más allá de las disecciones ideológicas o incluso semánticas de sus contenidos y mensajes. Esa condición relativamente nueva del estudio de los medios de comunicación desde una mirada sociológica, implica limitaciones y necesidades peculiares: el contexto y la atención para ese tipo de investigaciones resulta escaso, la metodología es casi inexistente y la atención académica a los resultados de ese trabajo todavía es precaria.

En desarrollo de este documento se hará un análisis de contenido y de motivaciones televisivas, y estará dividido en cuatro capítulos, en el primero de ellos se explicará la importancia de los medios de comunicación dentro de la sociedad moderna, específicamente el papel de la televisión, y el desarrollo de las principales cadenas televisivas a nivel mundial. En el segundo capítulo, el tema principal será la televisión mexicana, su historia y uno de sus principales precursores “Emilio Azcárraga Milmo”, así como los contenidos televisivos. Para el tercer y cuarto capítulo, nos centraremos en las concesiones televisivas y la regulación de los medios de comunicación, en donde veremos

el poder que han adquirido los medios de comunicación en el ámbito de la política nacional.

Realizar un análisis referente a la televisión es difícil, a pesar de que ha sido centro de continuos estudios, es complejo debido a que tiene diferentes caras, es un dispositivo tecnológico, productor de información y de espectáculo, una realidad económica e industrial, un instrumento de influencia y de poder, un archivo de formas culturales, una presencia que incide en el ritmo de nuestra vida cotidiana. Aquí nos centraremos en la televisión como medio de comunicación, pero aun así la complejidad no disminuye, ya que podemos analizar su lenguaje, sus efectos sociales, sus resultados de audiencia, las implicaciones ideológicas y las redes de poder que se tejen a su alrededor.

Definir qué es la televisión resultaría difícil, ya que hay diferentes tipos (temática, generalista, comercial, etc.).

Al hacer un estudio de la televisión debemos tomar en cuenta quién hace la televisión y qué intereses hay de por medio, no dejando de lado los procesos sociales, elementos culturales y los valores de una comunidad.

La televisión constituye, nos guste o no, una presencia importante en nuestra vida, ya que ocupa una parte importante de nuestro tiempo, contribuye a formar al menos parte de nuestras opiniones, satisface algunas de nuestras necesidades de diversión, de conocimiento, etc.

La finalidad de este trabajo es conocer un poco mejor todo aquello que esta detrás de la pantalla televisiva.

Estudiar a los medios de comunicación implica examinar la principal fuente de influencia sobre las relaciones sociales, el factor más dinámico en la conformación de la cultura política, el instrumento más sobresaliente en la

instrucción o confusión de nuestras poblaciones. Al mundo de hoy no se le puede entender sin los medios de comunicación. Con ellos están implicadas todas las nociones de futuro, desarrollo y progreso de los países. Además, los medios de comunicación constituyen el espacio privilegiado para la exposición de ideas.

Uno de los resultados a los que nos llevará el estudio de los medios de comunicación, será la comprensión del desarrollo progresivo de estos y su impacto social, el impacto de la televisión en la vida diaria de los televidentes. En el caso mexicano nos permitirá a conocer la influencia política, cultural y social de Televisa.

Es innegable que gran parte de la historia de la televisión mexicana esta escrita en gran medida por Televisa, “la historia de la televisión mexicana se resume en Televisa, la televisión mexicana es esta casa (Televisa); y en esta empresa tenemos tres responsabilidades que cumplir con nuestro público: entretener, informar de la manera más objetiva y, en la medida de los posible y cuando las circunstancias lo permitan, llevarle educación y cultura” (Ciurana Alberto, vicepresidente de programación de Televisa), dicha declaración nos permite ver la visión de los directivos de Televisa conforme a la programación que se debe transmitir por los canales pertenecientes al consorcio.

Dicha empresa, pertenece a la familia Azcárraga, y ha sido manejada por tres generaciones, Azcárraga Vidaurreta, Azcárraga Milmo y Azcárraga Jean cada uno con su propia visión y proyecto de lo que debe estar presente en la televisión mexicana, siendo hasta el momento el de mayor trascendencia Azcárraga Milmo (El Tigre), quizá el personaje con mayor influencia en el

México del siglo XX, punto que veremos mas adelante, al igual que trataremos de responder preguntas como:

¿Televisa como la mayor empresa televisiva en México ha venido desarrollando o no un proyecto cultural? ¿Su programación esta basada en dicho proyecto cultural, o en intereses netamente económicos?

CAPÍTULO 1 “LA IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

Todos entendemos qué son los medios de comunicación. Los presenciamos, sintonizamos, recibimos, padecemos y disfrutamos o sobrellevamos todos los días. Son parte insustituible de la sociedad contemporánea, de la cultura de masas y de la política moderna: ninguna de las tres podría entenderse, ni ser lo que han llegado a ser, sin los medios de comunicación.

Cuando nos referimos a los medios de comunicación, aludimos a los espacios de comunicación de masas que propagan mensajes a grandes públicos: prensa, cine, radio y televisión. Los medios de comunicación implican audiencias y éstas, a su vez, recursos técnicos para recibir los mensajes a través de aquellos instrumentos de propagación masiva.

El término viene del latín *medium*, pero es de uso frecuente el vocablo *media*, empleado según la acepción inglesa, que se refiere a la comunicación que llega a auditorios numerosos, o a las técnicas modernas de difusión masiva. En el sentido anglosajón, a los medios de comunicación se les entiende fundamentalmente como los mecanismos de difusión “que alcanzan al público en general y que contienen publicidad”¹. En otros contextos culturales, se les prefiere definir como “los mecanismos de distribución de las obras del espíritu o los instrumentos de comunicación entre los hombres”²

¹ *Webster's New World Dictionary of the American Language*. Avenel Books, N.Y., 1971, p. 466.

² Pierre Albert, *Lexique de la Presse Écrite*. Dalloz, París, 1989, p. 118.

La importancia de los medios de comunicación masiva resulta innegable a la luz de los procesos modernizadores y globalizadores que tienen lugar en la sociedad contemporánea. Los contenidos que difunden, así como su creciente penetración e influencia, los convierten en una de las principales instituciones propagadoras de modelos de comportamiento, aspiraciones sociales, de trayectorias de vida y visiones del mundo socialmente normadas.

La televisión es el medio de comunicación masiva que más ha atraído la atención de los estudiosos y críticos. Su capacidad para llevar los mensajes al ámbito privado y cotidiano de los hogares y modificar actitudes y creencias de las personas, son parte de su reconocido poder e influencia.

1.1 EL PAPEL DE LA TELEVISIÓN EN LA SOCIEDAD MODERNA

Como ya se mencionó con anterioridad, han sido muchos los autores que se han interesado por el estudio del quehacer televisivo, siendo uno de los más importantes en los últimos tiempos Giovanni Sartori.

Partiendo de la premisa que proporciona el hecho evidente de que los niños de nuestra sociedad pasan muchas horas del día frente al televisor, aun antes de aprender a leer y a escribir, en el libro titulado “Homo Videns, la sociedad teledirigida”, el autor italiano Giovanni Sartori, centra su atención en la televisión y plantea una hipótesis según la cual, ésta ha venido generando un proceso de transformación del homo sapiens, entendido este, como criatura de la cultura escrita, hacia un homo videns para quien la palabra, como principal instrumento simbólico, ha sido desplazada por la imagen. Podemos deducir,

escribe Sartori "...que la televisión está produciendo una permutación, una metamorfosis, que revierte la naturaleza misma del homo sapiens. La televisión no es solo instrumento de comunicación; es también, a la vez, un instrumento antropogenético, un médium que genera un nuevo anthropos, un nuevo tipo de ser humano". (Sartori. 1998, 36).

El libro distingue dos partes fundamentales, en la primera de ellas el autor resalta lo que denomina: la primacía de la imagen, explicada como preponderancia de lo visible que proporciona la imagen, sobre la capacidad de abstraer y entender que elabora la palabra; partiendo de aquí aborda, en la segunda parte, un análisis de la video política y el poder político de la televisión, pero siempre sin perder de vista los procesos formadores de opinión pública.

A partir de la llegada de la televisión, a mediados del siglo XX, que a diferencia de otros avances tecnológicos como la imprenta en 1452, el telégrafo y el teléfono a finales del siglo XIX, y más recientemente, la radio, privilegiaron el uso de la palabra, hablada o escrita, es decir, la comunicación lingüística. La televisión, definida en su sentido etimológico hace alusión a la acción de "ver de lejos", modifica radicalmente la comunicación ya que la traslada del contexto de la palabra al contexto de la imagen, y es precisamente este hecho, el que lleva a Sartori a dudar de su carácter de progreso, pues, ¿de que manera se esta avanzando cuando la televisión desplaza a la palabra, concebida como símbolo del pensamiento conceptual y cuya comprensión exige la elaboración que permite la capacidad de abstracción, para ser reemplazada por imágenes cuyo entendimiento solamente requiere la capacidad biológica de ver?. Para

Sartori, lo que se obtiene con la televisión es un empobrecimiento de la capacidad de entender que ha llevado al ser humano de hoy a una crisis de conocimiento y de capacidad de saber.

La opinión pública permeada por los flujos de información acerca del interés general, la opinión pública permanece expuesta a perder su autonomía y a convertirse en opinión dirigida. Tal preocupación parte del hecho de que la preveía de la palabra escrita o hablada en los medios de comunicación (prensa, radio), se ve alterada con la aparición de la televisión, en donde la imagen se constituye en autoridad cognitiva, ya que el ojo cree en lo que ve, independientemente de que la imagen pueda engañar aún más que las palabras. La televisión convierte la opinión del público en teledirigida y aunque se presente como vocera que refleja la evolución de los cambios en la sociedad y en su opinión, en realidad, lo que hace es presentar los cambios que, de acuerdo a diversos intereses, que se promueven a través de ella, intereses de un pequeño sector que controla y dirige las respectivas grandes empresas televisivas de diferentes países.

Es decir que es tanta la influencia de la televisión que llega a cambiar abruptamente la percepción de los individuos respecto a algún hecho social, al igual que de la imagen de alguna figura pública, convirtiéndose en una de las instituciones más importantes, al igual que la Iglesia y la familia, como promotora de valores.

1.1.1 ¿DE QUÉ ES CULPABLE LA TELEVISIÓN?

Nos referimos al modo como se suele entender la televisión, culpabilizándola de todos los males sociales y de los desconciertos educativos y éticos en que se encuentran los niños. Más que hacerle un juicio, debemos comprender su valor e importancia específica y el modo cómo ésta se articula a un funcionamiento más complejo de la sociedad. La televisión queremos entenderla no como un instrumento sino como un espacio que permite construir relaciones y sentidos válidos educativamente para el niño, de donde él extrae enseñanzas para orientar su crecimiento y su integración social. Este proceso se realiza en confrontación y continuidad con la escuela y la familia, es decir se relaciona con sentidos sociales y culturales más amplios y conflictivos.

1.1.2 LA RELACION TELEVISIÓN-SOCIEDAD

Hay una relación evidente entre televisión, cultura y sociedad. Los medios tienden a reproducir lo que ya existe. Con el fin de gustar y ser aceptados por el público. En una línea de mercado, se adaptan a las maneras de ser y de comunicarse de la gente. Recuperan ideas y lenguajes consensuales o comunes representándolos y garantizando una mejor circulación de los mismos. No crean el poder, se ubican en él y lo refuerzan. Su capacidad de descubrimiento y distancia es muy relativa. En ese sentido no podemos culpabilizar a los medios de la violencia porque ésta es recuperada de la vida de los pueblos y de las dificultades de resolver sus conflictos. Pero sí podemos cuestionar su incapacidad para orientar sobre nuevos caminos.

Pero, a la vez los medios de comunicación procesan lo que recogen, proponiendo sentidos, no siempre coherentes entre sí. Y allí está también su responsabilidad. Optan y obedecen a lógicas de selección y proposición desde donde se establecen prioridades, lenguajes, valores, nociones básicas de programación, del sentido mismo de la comunicación, etc. A la vez, la televisión parcela al televidente, lo ve sólo desde un lugar, el del entretenimiento, incentivando las gratificaciones para poder obtener la recompensa del rating y la ganancia económica. En esa perspectiva es que refuerzan el poder hegemónico ampliando su capacidad. Pocos son los intentos de mirar a sus públicos como sujetos en construcción, como personas sociales, se desresponsabiliza de la propia importancia que ha adquirido.

"Los medios son expresión de nosotros mismos. Recogen lo que está en la realidad objetiva y subjetiva de tantos mundos y aspectos de la vida humana, no inventan nada totalmente nuevo. Seleccionan y al hacerlo recuperan simplistamente la enorme complejidad sociocultural. Dependientes como son del rating deben satisfacer a su público a como dé lugar y desde esa lógica se encuentran vitalmente con la gente, estableciendo un lenguaje y una comprensión común, construyendo relaciones comunicativas de complicidad. Sin embargo, esas imágenes y discursos elegidos al ser procesados, limados o reconstruidos por los productores, trabajan con las representaciones y los sentimientos que requerimos.

Este quehacer funda el más rico y complejo intercambio cultural que jamás los inventores de medios imaginaron. Desde esa interacción ha surgido una cultura de masas que se ha legitimado pues deseos y lenguajes de las multitudes han adquirido partida del nacimiento público" (Alfaro, 1995:67).

1.2 HISTORIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TELEVISIÓN

Entre 1928 y 1935 se iniciaron las emisiones experimentales de la televisión, y entre 1935 y 1940 se efectuaron en varios países las primeras difusiones de programas regulares. Esa expansión ya esbozada se vio interrumpida por la segunda guerra mundial, y el gran impulso de la pequeña pantalla no se retomaría hasta concluirse la guerra. El elevado costo de equipamiento limitó como es de suponerse ese primer desarrollo a los países ricos y altamente industrializados.

En otros países, hay que culpar a los gobiernos el retraso del desarrollo de la televisión, ya que a la hora de invertir, no creían en el porvenir de la televisión, o porque temían sus efectos políticos.

En los Estados Unidos, adquirió un considerable adelanto sobre los demás países, ya que la elección del sistema comercial y competitivo, en un país y en una época en que la publicidad era una potencia de primer orden, lo cual suscitó una rápida expansión de los medios de difusión. El monopolio estatal, adoptado por otras naciones, produjo sin duda un desarrollo más lento de la televisión.

Cierto número de países menos industrializados, y hasta entre los que compone el llamado Tercer Mundo, han implementado este dispensador de distracción e información.

La pequeña pantalla ha sido vista como un instrumento de educación, de instrucción y de formación, utilizable para la formación de las ideas que a su vez resulta indispensable en la modernización económica.

Podemos decir que, tan pronto la televisión se instala en un país, alcanza un éxito inmediato, y que ha logrado obtener un progreso acelerado, hasta el punto de afirmar que ha llegado a un punto de saturación.

Sin embargo, la expansión de la televisión entre su público potencial puede conocer distintos ritmos y caer en una diversificación según los ambientes, ya que obedece a varias causas, o más exactamente porque se explica a través del juego de fuerzas contradictorias , favorecedoras unas para ese impulso y otras frenándolo. Algunas encuestas realizadas en muchos países han demostrado que las personas más instruidas, las que pertenecen a la élite intelectual, sienten cierta reticencia, e incluso desconfianza u hostilidad con respecto a la televisión³, a la que acusan de apartar a su público de la cultura verdadera, de competir con la cultura, de ofrecer muchos espectáculos vulgares en lugar de eventos enriquecedores.

Otro de los obstáculos que ha tenido que vencer la televisión, ha sido el costo del aparato, lo cual ocasiona por parte de las categorías sociales económicamente menos favorecidas y presumiblemente menos instruidas, un cierto retraso de equipamiento, que en este caso, al contrario del precedente es involuntario, pues se trata de personas que desean disfrutar de este medio de distracción pero que retroceden ante el gasto. En cuanto a la barrera económica que durante largo tiempo frenó a las clases con escasos recursos económicos, se ha reducido considerablemente, dado que el precio de los televisores ha disminuido, o a lo menos ha aumentado con mucha mayor moderación que los precios de los nuevos inventos tecnológicos, tales como la computadora, o las cámaras digitales en la actualidad, a los cuales no todos los

³ J.Cazenueve, Sociología de la radio-televisión, París, 1967, p.71

sectores de la sociedad tienen fácil acceso. Los factores de freno y aceleración se distribuyen a se atenúan de un modo cada vez mas amplio y a través de casi toda la población, de forma que la expansión de esa técnica se ejerce ahora a todos niveles.

La diversidad mundial no sé caracteriza únicamente por la densidad de dotación de emisores y receptores, sino también por la concepción que aquí y allá impera acerca de las emisiones de la televisión y sus relaciones con el Estado.

Se puede clasificar en tres categorías los regímenes televisivos que existen en distintas naciones del mundo: sistema de monopolio, competencia entre empresas comerciales privadas, y las formulas mixtas.

1.2.1 ¿QUÉ ES EL MONOPOLIO TELEVISIVO?

El monopolio estatal es la fórmula que impera en la mayoría de los países sobre una mayor cantidad de telespectadores. En las democracias parlamentarias liberales, capitalistas el monopolio no posee exactamente las mismas motivaciones o justificaciones ni las mismas modalidades de aplicación y coexiste con una prensa que, por el contrario, esta confiada a empresas comerciales privadas, el monopolio en esta situación se justifica esencialmente como servicio público, pero en medida en que la democracia parlamentaria se basa en la diversidad de opiniones, en un poder apoyado por la mayoría aunque capaz de permitir una cierta libertad de expresión a la minoría, ha habido que buscar equilibrio entre instituciones dependientes del poder.

Por ejemplo en Suecia, el Estado también administra los equipamientos técnicos de radio y televisión, pero ha concedido el monopolio de la difusión a una sociedad privada anónima, la Sveriges Radio AB., en la que participan varios representantes de la prensa, de la industria electrónica, de los sindicatos de la Iglesia. El comité director de la Sveriges Radio AB., comprende 11 miembros, 4 de los cuales, incluido el presidente, están nombrados por el gobierno, mientras que otros 5 salen por designación de los accionistas. Este comité director es quien elige por 5 años al director gerente, quien es el responsable de la programación, por lo cual podemos decir que es el Estado el que de alguna u otra manera define que es lo que se ve.

En algunos países y más claramente aún que en Suecia, el monopolio se concede pura y simplemente a una empresa privada que, puede desde ese territorio, emitir programas para los países vecinos.

En la mayoría de los países del tercer mundo y sobre todo en África, la televisión es un monopolio estatal.

En los ex países socialistas de la Europa del Este, el monopolio de la radio y la televisión pertenecían al Estado. En la antigua Unión Soviética, por ejemplo, la gestión de esos instrumentos de difusión y la política de los programas se confiaban a un comité de radiodifusión y de televisión, bajo la tutela directa del consejo de miembros. Los 17 miembros de este comité representaban a las repúblicas soviéticas, su presidente era elegido por el Consejo de Ministros a propuesta del comité central del Partido Comunista de la U.R.S.S.

Es decir en los países menos democráticos el monopolio televisivo se ha encontrado en manos del Estado, el cual decide y determina que se puede y que no se puede ver.

1.2.2 LA COMPETENCIA ENTRE EMPRESAS PRIVADAS

El régimen más distinto del monopolio estatal es aquel que deja que se establezca una competencia entre cadenas de televisión, controladas por empresas privadas y financiadas por la publicidad, sin que el Estado disponga además de una cadena bajo su dependencia. Los principales son Argentina, Brasil, México, Perú, y Estados Unidos, por ejemplo en Brasil, las empresas financiadas por la publicidad obtienen su derecho de explotación de un contrato de concesión a título provisional.

Estados Unidos es sin duda el país donde la competencia entre cadenas comerciales ha alcanzado su desarrollo más espectacular, y por lo general ese sistema encuentra su mayor exponente referido a ese país.

En el caso de México contamos con 2 principales empresas TV. Azteca y Televisa las cuales son la competencia más fuerte, esto no quiere decir que sean las únicas, mas sin embargo, son las que cuentan con los mas altos niveles de audiencia.

1.2.3 LOS SISTEMAS MIXTOS

En algunos países, la televisión estatal coexiste con la de las empresas comerciales privadas, lo cual evidentemente, excluye el monopolio, aunque crea una situación distinta. Este sistema mixto, presenta un gran número de variantes, no tiene representación en África, pero si en América (Venezuela, Canadá), en Asia (Japón, Irán), en Australia y en Europa principalmente la Gran Bretaña.

En este último caso la televisión inglesa se desarrolló primero en el marco del monopolio estatal, concedido para la radio a la British Broadcasting Corporation (B.B.C) en 1927, dirigido por un consejo de administración o consejo de gobernantes que incluía 12 miembros nombrados por el soberano a propuesta del gobierno con la asistencia de consejos consultivos. El consejo de administración de esta entidad estatal es el que designa al director general. Por otra parte, el ministro de comunicaciones tiene la facultad, si lo cree necesario, a pedir a la B.B.C se abstenga de difundir tal o cual mensaje.

El gobierno logró que en 1954 el Parlamento adoptara la constitución de otro organismo público de televisión llamado Independent Television Authority (I.T.A.) que comenzó a funcionar en 1955. La ITA esta dirigida por un consejo que comprende un presidente, un vicepresidente, y otros miembros, designados por el ministro de comunicaciones, esta dotada de una organización muy afín a la B.B.C

De tal forma ha sido como se ha ido desarrollando la televisión inglesa, de monopolio estatal a competencia libre.

“La actividad televisiva global en los diferentes países europeos está experimentando profundas modificaciones, que no obedecen, como muchos piensan, a la introducción de las nuevas tecnologías electrónicas (video, cables coaxiales, satélites, fibras ópticas, etc.) sino a la introducción de finalidades económicas y políticas. Es más las modalidades de introducción de nuevas tecnologías están definidas, en la mayoría de los casos, por la lógica

económica e industrial, mientras que la calidad de los servicios ofrecidos se convierte en un aspecto de importancia secundaria.”⁴

⁴ Richeri, Giuseppe, “ La televisión entre el servicio publico y el negocio” edit. Gustavo Gili, S.A, Barcelona, 1983, p.p 10

LOS MAS IMPORTANTES CONSORCIOS TELEVISIVOS DEL MUNDO

 BBC	Televisión Inglesa.
 BBC	Televisión Norteamericana.
 CBS	Televisión Norteamericana.
 CNN	Cable News Network, Inc.
 CNN (Española)	CNN en Español.
 EURONEWS	Televisión Inglesa.
 FRANCE 1	Radio Televisión Francesa.
 FRANCE 2	Radio Televisión Francesa.
 TELEVISA Y TV AZTECA	Televisión Mexicana.
 NBC	Televisión Norteamericana.
 RAI	Radio Televisión Italiana.
 RTL	Televisión alemana por satélite.
 SKY	British Sky Broadcasting.
 TV5 Europe	Televisión Francesa.

1.2.4 LA BBC DE LONDRES

La British Broadcasting Corporation (Corporación británica de radiodifusión) es el servicio público de radio, televisión e Internet del Reino Unido, con ocho décadas de trayectoria.

Es independiente de controles comerciales y/o políticos y opera bajo un estatuto real que garantiza dicha independencia.

La BBC cuenta con una red de más de 250 corresponsales y transmite en emisoras AM y FM en más de 100 ciudades capitales de todo el mundo, el servicio mundial de la BBC ofrece programas de radio de onda corta y vía satélite, además de audio a la carta vía Internet en más de 40 idiomas.

La corporación goza de una audiencia total de más de 4 millones de radioescuchas en español y de unos 10 millones en el continente americano (inglés, español y portugués).

La BBC cuenta varios sitios de noticias actualizados las 24 horas del día, los siete días de la semana. Entre ellos se destacan el árabe, ruso, chino, persa, portugués y por supuesto español.

1.2.5 LA BBC DE LONDRES: EN ESPAÑOL DESDE 1938

Desde el 14 de marzo de 1938, el Servicio Latinoamericano de la BBC de Londres ha obrado como un puente de comunicación entre las naciones del mundo hispanohablantes, con la proyección de los hechos que son noticia y las manifestaciones de la cultura y los valores regionales.

Una tarea desarrollada desde sus primeras transmisiones en los albores de la Segunda Guerra Mundial, hasta convertirse, en el umbral del tercer milenio, en la emisora internacional más prestigiosa del mundo.

Más de seis décadas en las que se consolidó un estilo informativo veraz, preciso e imparcial, que se mantiene en el siglo XXI.

1.2.6 LA CBS

La corporación CBS, es una de las compañías más grandes de radio y televisión de los Estados Unidos. La red de televisión de CBS distribuye programas de entretenimiento, noticieros, deportes, etc. La compañía posee casi 170 emisoras en el mercado a través del país. Anteriormente conocido como Westinghouse, la corporación CSB esta ubicada en New York. El columbia que transmite el sistema CBS, fue fundado en 1927 por locutores independientes. En 1928, deciden acaparar las grandes audiencias, en la persecución de esa meta, William Paley decidió dar a CBS una programación más amplia, a lo largo de una década Paley ensancho la red de CBS de 22 a 114 estaciones. En los años 40's invadió la compañía nacional rival NBC, para atraer las estrellas que le dieran mayores niveles de audiencia. CBS llegó a ser la red de la televisión mas popular a finales de los años 70's con programas tales como M*A*S*H "Todo En Familia" etc. Durante este periodo, estrellas tales como Ed Sullivan, el periodista Walter Cronkite llegaron a ser personalidades prominentes.

Los intereses posteriores incluyeron los negocios del periódico y las revistas, el negocio cinematográfico, y la música. En 1995 Westinghouse adquirió la Corporación eléctrica por unos \$ 5.4 mil millones, un gigante industrial para muchos del siglo XX. La expansión continuo en 1997 con la compra de la Corporación de transmisión de infinidad por unos \$ 4.9 billones, una de los mas grandes emisoras de los Estados Unidos, ese mismo año adquirió dos canales

de televisión por cable, la televisión de la red (TNN) y la música del estado de Nashville (CMT). En el año de 1997 cambio su nombre de Westinghouse a la Corporación CBS y movió su sede de Pennsylvania a la ciudad de New York. En 1998 añadió a su imperio La Corporación Americana de Sistemas de Radio compañía que poseía cerca de 90 emisoras, pagando \$ 2.6 mil millones. Un año después pago \$ 2.5 mil millones para adquirir Producciones del Mundo REY. Para el año 2000 se fusiono con un gran conglomerado de entretenimiento Viacom S.A. para convertirse en la segunda compañía más grande del entretenimiento en el mundo.

1.2.7 FENÓMENO BERLUSCONI EN ITALIA, EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Además de primer ministro de Italia, Berlusconi es un magnate de los medios de comunicación cuya familia controla Mediaset, la principal competidora de la RAI, Berlusconi es el ciudadano más rico de Italia y uno de los más ricos del mundo (una fortuna de más de 12.000 millones de euros). En 1994, aterrizó en la política, fundó un partido, fue elegido, gobernó durante siete meses, tuvo que dimitir y perdió las elecciones de 1996. En 2001, consiguió la mayoría absoluta aliándose con los neofascistas con propósito de enmienda de la Alianza Nacional y los separatistas xenófobos de la Liga Norte; desde entonces, utiliza su mayoría parlamentaria al servicio de sus intereses sin el menor pudor ni recato. Ya en 2002 Berlusconi recusó "por parcialidad" a los jueces que le procesaban gracias a otra ley que hizo aprobar para eludir sus problemas con

los tribunales. Sin embargo, Berlusconi no es un caso único de político con visión funcional y utilitarista (para sí) de la actividad política.

Mediaset es el mayor grupo de comunicación privado de Italia. Fue creado en 1993 como consecuencia de la reestructuración de las actividades televisivas de Fininvest. Ese mismo año Fininvest traspasó a Mediaset la gestión de derechos de televisión y participaciones en compañías de distribución y producción de películas. Entre 1994 y 1995 Fininvest traspasó a Mediaset Publitalia '80 y RTI. Además, Mediaset adquirió Videotime, RTI Music y Elettronica Industriale. En 1996 comenzó a cotizar en Bolsa y en la actualidad emite tres canales terrestres en abierto: Canale 5, Italia 1 y Rete 4. Las principales sociedades del Grupo Mediaset son:

R.T.I. S.p.A. es la compañía del grupo que posee las licencias de emisión de Canale 5, Italia 1 y Retequattro y además es la matriz de la División de la Televisión Comercial Italiana. A través de sus empresas subsidiarias (Videotime S.p.A., Elettronica Industriale S.p.A. y Mediatrade S.p.A.) R.T.I. gestiona los tres canales. Videotime se encarga de la producción de programas de televisión y cuenta con dos centros de producción en Milán, un centro de producción en Roma y estudios regionales. Elettronica Industriale se encarga de la red de transporte de señales de los tres canales. Y Mediatrade se encarga de la compra de derechos de emisión de programas internacionales (series, cine, documentales, deporte y dibujos animados) y de la producción y coproducción de programas de ficción para la televisión.

Publitalia '80 S.p.A. es la agencia de publicidad del Grupo y gestiona la publicidad de los tres canales.

Mediadigit S.p.A. es la sociedad del Grupo responsable de nuevos medios y de canales temáticos. La sociedad posee un 10% de CFN S.p.A. (propiedad de Class Editore) y que produce el canal financiero Cfn.

Mediaset además posee un 19.5% del operador italiano de telefonía fija, Albacom S.p.A., el 100% de Publieurope International Ltd. (a través de la sociedad Publieuros Ltd.) y el 100% de Mediaset Investment S.a.r.l. Mediaset Investment está ubicada en Luxemburgo y gestiona las actividades internacionales del Grupo. Directamente y a través de Mediaset Investment el Grupo posee el 40% de Gestevisión Telecinco S.A. y de Publiespaña S.A. (a partir del 1 de enero del 2003 la participación de Mediaset en ambas compañías pasará al 52%).

Canale 5

Comenzó sus emisiones en 1978 con el nombre de Telemilano y con una cobertura local. Posteriormente, comienza a emitir programación en cadena a través de varias televisiones locales, logrando de esta forma una cobertura nacional. En 1980 cambia su nombre a Canale 5 y pasa a tener una cobertura nacional. La programación de Canale 5 es de corte generalista (informativos, ficción, entretenimiento y deportes) y está dirigida a un público familiar. En el año 2001 obtuvo el 23.6% de la audiencia.

Italia 1

Italia 1 fue adquirida por Fininvest a finales de 1982. Su programación está enfocada hacia un público joven con series, entretenimiento, deportes, películas y dibujos animados. En el año 2001 obtuvo el 10.3% de la audiencia.

Retequattro

Retequattro fue adquirida por Fininvest en 1984. Retequattro está enfocada a un público adulto, siendo la cadena más popular entre las mujeres mayores y personas mayores de 55 años. La programación de la cadena está compuesta principalmente por informativos, cine, series, programas de entretenimiento y documentales. En el año 2001 obtuvo el 9.3% de la audiencia.

Mediaset S.p.A. cotiza en la Bolsa Italiana desde 1996 siendo sus mayores accionistas: Fininvest S.p.A 48.356% (ISIM S.p.A 0.677% y Fininvest Finanziaria D'Investimento S.p.A 47.679%), Lehman Brothers International Europe 2.279%, Putnam Investments con el 2.236% y Kingdom Investimentos e Servicos Sociedade Unipersonal LDA 2.285%. Fininvest S.P.A. es una de las mayores compañías de Italia y está controlada en un 96% por la familia de Silvio Berlusconi, en la actualidad Primer Ministro de Italia.

CAPÍTULO 2

Emilio Azcárraga Milmo y su imperio Televisa

Fundador del conglomerado Grupo Televisa, que incluye televisora y la editorial de revistas más grande de América Latina, así como la productora más prolífica que cualquier otra en cualquier idioma.

Azcárraga heredó una empresa de radio y televisión de su padre y la convirtió en un coloso multifacético, involucrado en un negocio editorial, la televisión por cable, el cine, el video, la música popular, el fútbol soccer y las bellas artes, además de la televisión abierta. Socializo con presidentes e influyo la evolución política de México. Se erigió como el hombre más rico de América Latina. Generó controversia con su voraz y monopólica forma de hacer negocios, su paternal y fiero estilo administrativo, su apoyo a la “dictadura perfecta” que durante décadas había disfrutado el PRI en México.

Bajo esta dirección, Televisa quien fuera considerada importante pilar del viejo sistema, no puede ser ya vista a través de la misma lente histórica. Su distanciamiento del PRI a mediados de los noventa no la exime de su pasado, y hoy enfrenta diversas interrogantes ¿hasta que punto la dinastía Azcárraga y los medios de comunicación contribuyeron a mantener al PRI en el poder durante mas de seis décadas?

Los críticos han señalado que a cambio de una autocensura estricta, de ignorar las voces disidentes y de proporcionar una plataforma constante de propaganda para el PRI y el Presidente, la empresa de Azcárraga Vidaurreta y luego de su hijo Emilio Azcárraga Milmo, pudo disfrutar de más de 40 años de dominio monopólico

de los medios y trato preferencial de las dependencias gubernamentales. Como describió atinadamente la politóloga Dense Dresser: “quizá Azcárraga Milmo no fue el autor de un mensaje autoritario, pero sí su mensajero”. De hecho fue un mensajero tan efectivo que su autodistanciamiento del PRI desde 1995, y su muerte poco tiempo después, probablemente contribuyeron en la derrota de este partido ante el PRD en la ciudad de México en 1997 y a nivel nacional en el 2000.

“ Nada es más lejano a la verdad de esta creencia! Ni más ingenuo pensar que la hegemonía de este país de un solo partido, el PRI durante más de 70 años, haya sido posible sin el apoyo de ese particular estilo de televisión orquestado por Televisa y por las demás empresas de televisión que han germinado diferencialmente en el país.”³

Es difícil precisar cuando comenzó esta cercana relación y quien dio el primer paso para formularla: el gobierno priísta favoreciendo a Telesistema Mexicano, después llamado Televisa, o los Azcárraga manifestando su apoyo al gobierno en turno, es innegable la relación histórica entre la televisión y el Estado.

Dicha relación se mantuvo estable prácticamente de 1950 a 1968, se había construido a partir de un consenso político conservados que no exigió a la televisión otra cosa que el desarrollo económico del país a través de la publicidad y la unidad nacional a través de su programación, la relación entre los Azcárraga y el presidente en turno siempre fue cordial y ambas partes cuidaban sus intereses en común. Aun que el presidente Díaz Ordaz se mostró menos dispuesto a rendir pleitesía a los intereses del monopolio televisivo que sus dos predecesores, Díaz Ordaz decidió poner dos obstáculos en el camino de TSM, por una parte dos estaciones rivales en la ciudad de México y un nuevo plan de impuestos,

obstáculos que enfrentaría y vencería Emilio Azcárraga Milmo los cuales le permitieron a demostrar que estaba listo para asumir la responsabilidad de ser el heredero del monopolio televisivo de los Azcárraga.

Para el año de 1968 y con los movimientos estudiantiles y sus consecuencias (Tlatelolco, 2 de octubre de 1968) terminaría la luna de miel entre TSM y el Gobierno, ese largo verano el país respiraba violencia y los medios parecían cubrir otra nación, repetían las razones y justificaciones del gobierno y hacían oídos sordos a las voces de los estudiantes, prensa vendida gritaban los alumnos y maestros durante sus marchas, marchas que los noticieros de televisión hacían parecer insignificantes, aun que no todos los programas televisivos permanecían indiferentes ante aquellos eventos de la época, en el noticiero Excélsior, que cubría mas objetivamente las movilizaciones en el happenings a GO-GO de Paco Ignacio Taibo I, que apoyaba directamente a los estudiantes y un programa especial dirigido por el periodista Jorge Saldaña y transmitido por TSM que resulto escandaloso para la época. Saldaña quien en varias ocasiones había sido sacado del aire por sus polémicos programas, se había atrevido a invitar a su popular serie de debates "Anatomías" –el primero en su genero- a algunos profesores simpatizantes del movimiento, la constante mención del movimiento en happenings provoco una confrontación entre Taibo I y sus colaboradores con TSM, que culminó en la cancelación del contrato para producir el programa. Saldaña quien ya había recibido varios regaños por parte de Azcárraga Milmo fue reprendido y salió de TSM. Estos programas, habían rebasado la tolerancia de Azcárraga, el cual había permitido una especie de primavera en Praga, en la programación de TSM.

De no haber habido una revuelta estudiantil, tal vez el régimen de Díaz Ordaz no hubiera entrado en conflicto con los concesionarios de la televisión. Sus políticas consideradas como conservadoras fueron favorables para la televisión comercial hasta la masacre de Tlatelolco. Iniciado el movimiento estudiantil Díaz Ordaz y su secretario de Gobernación Luís Echeverría pidieron a Azcárraga cooperara con el Gobierno. Años después se reconocería que “La cobertura del 2 de octubre de 1968, fue muy limitada, el Gobierno del presidente Díaz Ordaz ejerció mucha presión para evitar toda la información” (Jacobo Zabludovsky). Por su parte Luís Echeverría ha negado que la cobertura de lo ocurrido haya sido censurada, y que el Gobierno hubiera ejercido presión alguna sobre los medios.

Un mes después de los acontecimientos de Tlatelolco, el gobierno comenzó a mostrar su descontento con la televisión privada, en un discurso público el secretario de Gobernación Luís Echeverría, dio a entender que la televisión comercial no había demostrado suficiente preocupación por los efectos de su programación en la juventud mexicana, y para fines de ese mismo año el gobierno atacó directamente con el esquema fiscal dirigido a TSM, este fue el primer distanciamiento entre el Gobierno y la televisión mexicana. Los años siguientes y con los siguientes presidentes la relación se torno nuevamente cordial, en 1990 Milmo se declaro como soldado del PRI y del presidente, cinco años más tarde solo era soldado del presidente. A partir de la crisis de 1994-1995 se marco la lejanía del PRI, fue priísta porque así le convenía a sus negocios. A finales de su vida tuvo acercamientos tanto con el PAN como con el PRD.

Solamente desentrañando el carácter carismático de Azcárraga Milmo, podemos apreciar como un magnate de los medios pudo ejercer influencia política, cultural y

social tan grande. Televisa ha sido vista como el imperio del mal y Azcárraga Milmo, dueño y presidente de Televisa de 1972 a 1997, ha sido visto como el Darth Vader (enmascarado, malévolo, despiadado) de los medios de comunicación mexicanos.

Son varias las críticas hechas hacia la empresa Televisa, la principal crítica ha sido ya mencionada, la relación de Televisa con el PRI, la segunda crítica más frecuente es que Televisa es responsable de programas superficiales, repetitivos, esta crítica se apoya, por alegatos de que Televisa ha perpetuado e incluso exacerbado la diversión dentro de la sociedad mexicana, por medio del racismo, clasismo y sexismo inherentes en la mayor parte de su programación.

Se puede decir incluso que Televisa, al exportar sus telenovelas a más de cien países (hasta abril del 2001), ofrecer el servicio de noticieros ECO en América Latina y Europa, ha presentado una imagen falsa, maquillada y retocada de México, que es más o menos apegada a la realidad como el estereotipo hollywoodense del campesino con sarape y sombrero, durmiendo a la sombra de un cactus.

Azcárraga manejaba rígidamente su empresa como proveedora de entretenimiento para las masas, optó por un tipo de programación que suprimía y aún suprime los rostros morenos, desde los años 60's comenzó el bombardeo cultural con James Dean, Elvis Presley, etc,

2.1 NACIMIENTO Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

A pesar de que las transmisiones de televisión en México se iniciaron oficialmente en 1950, la historia de este medio de comunicación en nuestro país se remonta varios años atrás. Dos décadas antes de ese comienzo formal, técnicos mexicanos ya experimentaban con la transmisión de imágenes a distancia, a veces con sus propios y generalmente muy modestos recursos o con apoyo gubernamental. Más tarde, empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta también destinarían recursos a la experimentación televisiva cuando, a mediados de los años cuarenta, el nuevo medio de comunicación mostraba ya potencial para convertirse en un gran negocio.

A partir del último bienio de la década de los veinte, y de manera especial a partir de los años cincuenta en que la televisión comenzó a funcionar de manera cotidiana y a transformarse en una presencia de singular importancia en la vida cultural, política y económica de México, ocurren una gran cantidad de acontecimientos que van conformando el complejo fenómeno en que la TV se ha convertido en nuestros días. Desde los experimentos de pioneros como los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Guillermo González Camarena hasta la utilización de satélites de difusión directa para transmitir señales de televisión a los hogares. Asimismo, en la parte final del capítulo, se presenta un apéndice cronológico que ilustra el desarrollo de la televisión mexicana, que es a la vez medio de información, forma de entretenimiento, instrumento para la publicidad, foro para el debate político y escenario para la experimentación y la evolución tecnológica.

2.1.2 EL GRUPO TELEVISA

En 1950, después de varios años de experimentación, surge la televisión en México, con el pionero Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, transmitiendo desde la XEW "La Voz de la América Latina desde México".

Ese mismo año se inauguran las instalaciones de Televisión en Avenida Chapultepec, lugar donde realizará sus actividades el nuevo medio de comunicación. Como producto de la unión de los canales 2, 4 y 5 se crea en 1955 la empresa Telesistema Mexicano. En 1968, surge XHTMTV Canal 8, Televisión independiente de México propiedad de un grupo empresarial regiomontano que se instaló en San Ángel Inn.

En 1973 se fusionan Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, para formar TELEVISA (Televisión Vía Satélite), con el fin de coordinar, operar y transmitir la señal de canales 2, 4, 5 y 8.

En 1985, Canal 8 cambió su señal convirtiéndose en XEQ Canal 9, que en un principio se constituyó como un canal cultural, para posteriormente manejar una línea comercial.

En septiembre de 1988, Televisa concretó la creación del primer sistema de noticias en español vía satélite: ECO, transmitiendo en vivo.

En 1997 toma la presidencia de Grupo Televisa el Sr. Emilio Azcárraga Jean. El 3 de junio de 2001, Canal 9 se convierte en Galavisión; y el 30 de abril del mismo año, Canal 4 se convierte en 4TV.

Y hoy en día el monopolio de la familia Azcárraga esta integrado por las siguientes filiales:



Televisa Home Entertainment
Es el área dedicada a la comercialización de productos en formato de Home Video



Televisa Cine
Produce cine mexicano y distribuye películas nacionales e internacionales



Sky
SKY ofrece el servicio de televisión vía satélite con una programación única



Cablevisión
Sistema de televisión por cable más grande de México.



Intermex
Empresa de distribución de publicaciones #1 de América Latina



Televisa Networks
Una productora, distribuidora y comercializadora de televisión de paga



Estadio Azteca
Organiza eventos deportivos, musicales y privados de cualquier índole.



Club América
Fundado el 12 de octubre de 1916, por iniciativa de un grupo de niños



EsMas.com
Red de información por Internet con innovaciones tecnológicas y contenidos



Editorial Televisa
Encargada de la publicación de revistas de prestigio



Televisa Home Entertainment
Es el área dedicada a la comercialización de productos en formato de Home Video



Más Fondos
Primera distribuidora de sociedades de inversión



Club San Luis
Equipo que pertenece a la primera división A del fútbol mexicano



Telesistema Mexicano
Telesistema Mexicano opera 225 estaciones concesionadas



Necaxa
Nuestro compromiso es ser una Institución ejemplar con Equipos protagonistas

2.2 CRONOLOGÍA DE TELEVISA

1931

PRIMERA TRANSMISION: El equipo traído a México por el ingeniero Stavoli se instala en el edificio de la ESIME, ubicado en la calle de Allende, en el centro de la Ciudad de México, y la antena transmisora se coloca en la iglesia de San Lorenzo, sita en la esquina que forman Allende y Belisario Domínguez. Después de realizar algunas pruebas de campo, se lleva a cabo la transmisión inicial: el rostro de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stavoli, es la primera imagen que se transmite en México por televisión.

1934

GENIO EN FORMACION: Un destacado alumno del ingeniero Stavoli, el joven Guillermo González Camarena, nacido en Guadalajara, Jalisco, en 1917, comienza a realizar por su cuenta programas experimentales de televisión: para ello cuenta con la ayuda de las actrices Emma Telmo y Rita Rey. González Camarena recorre los mercados de Tepito y La Lagunilla en busca de piezas de desecho que utiliza para construir ese año la primera cámara de televisión completamente electrónica hecha en México. El joven jalisciense ingresa a la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, pero sólo cursa dos años, pues obtiene la licencia de operador expedida por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y comienza a trabajar en la radiodifusora de la Secretaría de Educación Pública. A pesar de no haberse titulado como ingeniero, sus conocimientos técnicos llegan a ser de primer nivel, a tal grado que en 1957 el

Columbia College de Los Angeles, California, Estados Unidos, le otorga el título de Doctor Honoris Causa en Ciencias.

1935

APOYO GUBERNAMENTAL: Por disposición del Presidente de la República, general Lázaro Cárdenas del Río, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario le son facilitados al ingeniero González Camarena para que continúe sus experimentos en materia televisiva. Asimismo, la emisora se encarga de traer un equipo de televisión a México.

TRANSMISION DEL PNR: El 16 de mayo el Partido Nacional Revolucionario convoca a la prensa para mostrar públicamente el equipo de televisión que planea adquirir con el fin de integrarlo a su proyecto de "propaganda y difusión cultural". Se realiza una transmisión desde el edificio ubicado en Paseo de la Reforma número 18, la cual es dirigida por el ingeniero Javier Stavoli.

1940

TV A COLORES: El 19 de agosto el ingeniero González Camarena patenta en México --con el número de registro 40 235-- su sistema de televisión tricromático basado en los colores verde azul y rojo. Además, diseña una cámara con tubo orticón e ingresa a la XEW como operador.

1942

PATENTE INTERNACIONAL: Guillermo González Camarena patenta en Estados Unidos --con el número de registro 2 296 019-- el sistema de televisión tricromático. También inicia la realización de transmisiones experimentales desde su domicilio ubicado en la calle de Havre número 74, Ciudad de México.

1946

XHIGC: El 7 de septiembre, a las 14.30 horas, se inaugura la estación experimental XHIGC, instalada y operada por el ingeniero González Camarena. Las transmisiones regulares se llevan a cabo los sábados y se hacen desde el domicilio de González Camarena (Havre 74) a los estudios de la XEW o de la XEQ. Las señales también son recibidas en las instalaciones de la Liga Mexicana de Radio Experimentadores, en la esquina de Bucareli y Lucerna.

1947

COMISION INBA: El Presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, solicita al músico Carlos Chávez, director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), que nombre una comisión encargada de analizar cuál de los dos sistemas de televisión predominantes en el mundo, el estadounidense (comercial-privado) y el británico (monopolio estatal), es el más conveniente para México. La Comisión del INBA se integra por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena quienes, durante el mes de octubre, viajan por Estados Unidos y Europa para cumplir con la instrucción presidencial.

"VEASE EN TV": Antes de emprender su viaje de estudio, Guillermo González Camarena instala, en el mes de septiembre, algunos circuitos cerrados de televisión en las tiendas más importantes de la Ciudad de México y en los cines de la Cadena de Oro, en ese momento propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En estas demostraciones se invita al público asistente a mirar su imagen en el receptor de televisión a la vez que se anuncian diversos productos y servicios. El interés que despiertan estos circuitos cerrados es tal que continúan instalándose hasta 1950, poco "tiempo antes de la inauguración formal de las transmisiones de TV en México.

1948

INVESTIGACION CONCLUIDA: La Comisión del INBA entrega al presidente Miguel Alemán el resultado de la investigación encomendada. El texto consta de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido programático de los sistemas de televisión estadounidense y británico. No recomienda explícitamente que se adopte alguno de los dos en México, sin embargo vierte elogios con respecto a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC).

La segunda parte, elaborada por el ingeniero González Camarena, constituye una recomendación formal para que México adopte el sistema estadounidense. Las razones expuestas son de índole técnica y económica: se argumenta que todos los experimentos hechos en México hasta ese momento se han realizado con

base en las especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos, que los aparatos fabricados en México funcionan de acuerdo con esas especificaciones y, por último, que para poner a funcionar la televisión en el país será necesario importar una gran cantidad de aparatos receptores y resultará mucho más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa.

LABORATORIOS GON-CAM: En agosto, la Secretaría de Economía expide el permiso oficial para que los laboratorios GON-CAM, propiedad de Guillermo González Camarena, operen comercialmente. En las instalaciones de esta empresa se fabrican equipos transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de distribución, mezcladoras de audio y video, y antenas de transmisión. Entrevistado por la revista Transmisiones González Camarena declara que "el dinero invertido en los experimentos (de televisión) es incalculable y el apoyo económico para costearlos se debe a don Emilio Azcárraga" (número 21, marzo-abril de 1948, p.p. 21-22).

PRIMER CONTROL REMOTO: En el mes de septiembre se realiza, con la dirección del ingeniero González Camarena, el primer control remoto desde la Exposición Objetiva Presidencial, un evento organizado por el gobierno de la república en el Palacio de Minería como complemento al segundo informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

TV EN LA EDUCACION: Se realiza la primera demostración de televisión en blanco y negro con fines educativos. Ello ocurre durante la celebración de la VII Asamblea de Cirujanos, que se efectúa en el Hospital Juárez de la Ciudad de

México, cuando con la dirección del ingeniero González Camarena se transmite en circuito cerrado una intervención quirúrgica.

1949

PRIMERA CONCESION: Se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trata de XHTV, Canal 4. El titular de la misma es la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, dueño en esa época del diario Novedades de la Ciudad de México.

EDUCACION Y TV A COLOR: En el marco de la IX Asamblea de Cirujanos se realiza por primera vez en México una transmisión de televisión a colores. Se trata de una intervención quirúrgica a través de un circuito cerrado. Es también el ingeniero González Camarena quien dirige la transmisión cuya importancia consiste en que ya no sólo se trata de un experimento de laboratorio con TV a colores --cosa que el propio González Camarena hacía desde 10 años antes-- sino una transmisión en circuito cerrado para un auditorio integrado por médicos.

SEGUNDO CONTROL REMOTO: Se realiza en el mes de septiembre el segundo control remoto televisivo, en esta ocasión desde la Exposición Objetiva Presidencial instalada en el Estadio Nacional. Nuevamente González Camarena está a cargo de la dirección.

1950

CANAL 5: En el mes de enero, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la concesión para explotar comercialmente el Canal 5 al que decide asignar las siglas XHGC, cuyas últimas dos letras corresponden a las iniciales de sus apellidos. El equipo técnico con el que habrá de operar la emisora se fabrica en los laboratorios GON-CAM, propiedad del destacado ingeniero. Se decide, asimismo, ubicar los estudios en el edificio del teatro Alameda, facilitado por Emilio Azcárraga Vidaurreta, su propietario, y donde se localizan también las instalaciones de la radiodifusora XEQ. La antena se levanta en el edificio de la empresa Seguros de México, en la calle de San Juan de Letrán.

NORMAS TECNICAS: El 11 de febrero se publica en el Diario Oficial de la Federación el "Decreto que fija las normas que deberán observar para su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión", primera disposición legal específica el documento contiene se basan en las recomendaciones formuladas por el ingeniero González Camarena en el informe entregado por la Comisión INBA al presidente Miguel Alemán en 1948 en el sentido de adoptar el sistema técnico estadounidense. González Camarena había sido nombrado en 1949, por el Presidente de la República, asesor de la comisión que elaboró el mencionado decreto.

INICIO FORMAL: El día 1 de septiembre el Canal 4 inicia sus transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán

Valdés. Previamente, durante los meses de julio y agosto, se realizan transmisiones de prueba, la primera de las cuales se lleva a cabo el 26 de julio. Aunque se considera a la transmisión del informe presidencial como el inicio formal de la TV en México, la inauguración oficial del Canal 4 se lleva a cabo un día antes, el 31 de agosto de 1950, con un programa "artístico musical" desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas al cual asiste con la representación gubernamental el secretario de Comunicaciones, Agustín García López.

Los estudios del Canal 4 se ubican en los pisos 13 y 14 del edificio de la Lotería Nacional y su antena en la parte más alta de ese inmueble. El equipo técnico se compra a la empresa Radio Corporation of America (RCA). Más tarde, en 1951, al incrementarse sus necesidades de producción, el Canal 4 instala dos nuevos estudios, uno ubicado en la calle de Bucareli número 4, y otro en la calle de Balderas, en el edificio ocupado por la Asociación Cristiana de Jóvenes.

1951

CANAL 2: El 21 de marzo se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. El programa inaugural es un encuentro de béisbol transmitido en control remoto desde el Parque Delta (más tarde llamado Parque Deportivo del Seguro Social), en la Ciudad de México. Desde octubre de 1950, el canal lleva a cabo transmisiones de prueba. Sus estudios se encuentran en la Avenida Chapultepec en un edificio que había comenzado a construirse en 1943 con la idea de llamarlo Radiópolis y diseñado para albergar ahí a las emisoras XEW y

XEQ, pero que en 1948, ante la inminencia de la llegada de la televisión, se decide convertir en Televisión. Las operaciones del canal empiezan sin que el edificio se encuentre terminado. La inauguración oficial de Televisión ocurre hasta el 12 de enero de 1952 con la transmisión de una función de lucha libre. El equipo técnico con que el Canal 2 inicia sus transmisiones proviene de las empresas estadounidenses General Electric y Laboratorios Dumont.

1952

CANAL 5, AL AIRE: El 10 de mayo, el Canal 5, concesionado dos años antes a la empresa Televisión González Camarena, S.A., inaugura formalmente sus operaciones con la transmisión, a control remoto desde el teatro Alameda, de un festival organizado por el periódico Excélsior con motivo del Día de la Madres. No obstante, las transmisiones regulares dan comienzo hasta el 18 de agosto de ese año.

1955

TELESISTEMA MEXICANO: El 26 de marzo las empresas concesionarias de los canales 2, 4 y 5 anuncian que han decidido fusionarse en una sola entidad, llamada Telesistema Mexicano, la cual se encargará de administrar y operar esas frecuencias. Previamente, en 1954, los canales 2 y 5 habían llegado a un acuerdo de fusión. Emilio Azcárraga Vidaurreta declara a la prensa que: "Telesistema Mexicano S.A., ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas que

estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión, que se convertirá en la gran central de televisión" (Boletín Radiofónico, número 62, 31 de marzo de 1955). El cuerpo directivo de Telesistema Mexicano queda integrado de la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente y gerente general; Rómulo O'Farril, vicepresidente; Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril Jr., gerentes; Antonio Cabrera, subgerente administrativo; Luís de Llano, subgerente de producción y programación; Miguel Pereyra, subgerente técnico; y Ernesto Barrientos Reyes, subgerente de ventas. Las acciones de la empresa quedan distribuidas así: Emilio Azcárraga Vidaurreta, 4 mil; Rómulo O'Farril, 4 mil; Emilio Azcárraga Milmo, 500; Rómulo O'Farril, 500; Ernesto Barrientos Reyes, 500; y Fernando Díez Barroso, 500. En total 10 mil acciones con valor de mil pesos cada una que hacen un capital de 10 mil pesos.

EXPANSION: La fusión de los canales 2, 4 y 5 en Telesistema Mexicano permite ampliar la cobertura territorial de la TV. Ya en 1952, el Canal 2 había iniciado la construcción de una estación repetidora --XEQ TV, Canal 9-- en el paraje conocido como Paso de Cortés ubicado entre los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl. En 1955 Telesistema coloca en el mismo lugar, a una altura de 4 mil 200 metros sobre el nivel del mar, otra estación repetidora con una potencia de 7.5 kilowatts, con lo cual los programas del Canal 4 pueden ser vistos en el sureste y suroeste de México, desde el Golfo hasta el Pacífico. En 1956 comienza a funcionar una nueva repetidora: XEAW TV, ubicada en el cerro de El Zamorano, en Guanajuato. La estación tiene una potencia de 30 kilowatts y se localiza a una altura de 2 mil 800 metros sobre el nivel del mar, lo que permite hacer llegar los programas del

Canal 2 a los estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosí y Querétaro. Además de estas y otras repetidoras, Telesistema Mexicano cuenta con televisoras locales en varias ciudades del país como Guadalajara, Monterrey y Tijuana. En esta ciudad fronteriza funciona desde 1954, antes de la constitución de Telesistema, el Canal 6 propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez, el cual transmite en inglés.

1958

LLEGA EL VIDEOTAPE: El año de 1956 Telesistema Mexicano inicia negociaciones con la empresa Ampex para adquirir equipo de grabación en cinta de video que ese año había salido al mercado. Dos años después, en 1958, Telesistema adquiere, a través de su canal filial XEFBTV de Monterrey, la primera máquina de video tape que opera en el país. Esta innovación tecnológica revoluciona la producción televisiva en nuestro país, ya que permite grabar y editar los programas reduciendo drásticamente la "salida al aire" de errores. Asimismo, la grabación en cinta de video da Telesistema Mexicano la oportunidad de exportar programas, especialmente telenovelas, a Latinoamérica y Estados Unidos. El 3 de abril de 1959 se difunde el primer programa grabado en video tape en México, se trata de un capítulo de la serie Puerta de suspenso.

Para grabar programas de televisión se utilizaba anteriormente una técnica llamada kinescopio, a base de película cinematográfica de 16 milímetros, pero la calidad de la imagen obtenida era muy deficiente.

1959

CANAL 11, AL AIRE: El 2 de marzo, de las 18.00 a las 20.00 horas, el Canal 11, XEIPN, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, realiza su primera transmisión de manera oficial. Un documental y una clase de matemáticas son los primeros programas que salen al aire. El apoyo del director del IPN, Alejo Peralta, y del secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter Cross Buchanan, es fundamental para que esa institución educativa obtenga el permiso para operar el Canal 11. Unos meses antes, en diciembre de 1958, el 11 había iniciado pruebas transmitiendo dos horas por la mañana y dos por la tarde.

1960

MARCO LEGAL: El Diario Oficial de la Federación publica el 19 de enero la Ley Federal de Radio y Televisión, ordenamiento jurídico específico para estos dos medios antes regidos por la Ley de Vías Generales de Comunicación y por reglamentos derivados de ésta.

Entre los aspectos sobresalientes de esta ley está la definición de la radio y la televisión como medios de interés público y el establecimiento del régimen de concesiones y permisos a que están sujetos ambos medios. Según la ley pueden existir estaciones concesionadas, las cuales están facultadas para transmitir anuncios comerciales, y estaciones permisionadas cuya administración se encomienda a entidades no lucrativas que, por lo tanto, no pueden hacer uso comercial de las frecuencias de radio y TV.

NUEVO SISTEMA CROMATICO: El ingeniero Guillermo González Camarena obtiene en México y Estados Unidos la patente de un nuevo sistema de TV a colores llamado kaleidoscopio.

1961

INTERNACIONALIZACION: Telesistema Mexicano instala en San Antonio, Texas, su primera filial en territorio estadounidense, dirigida al público hispanoparlante de ese país.

1962

MÁS TV A COLORES: Guillermo González Camarena patenta en México, Estados Unidos y otras naciones otro sistema de televisión a colores: el bicolor simplificado, que se establece a base de los colores verde-naranja y verde-azul.

1963

INICIA LA TV A COLORES: En noviembre de 1962, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la autorización para efectuar a través de un canal abierto, ya no como experimento, sino con carácter comercial, transmisiones de televisión a colores. La primera transmisión se realiza el 8 de febrero de 1963 en el Canal 5 con el programa Paraíso Infantil, que a partir de esa fecha se transmite cada sábado (originalmente se planeaba que la primera transmisión fuera el 21 de enero de ese mismo año, pero problemas técnicos lo impidieron).

Al principio las transmisiones a colores son escasas por la insuficiencia de equipo en las televisoras, y privilegio de una minoría, pues la oferta de aparatos receptores capaces de registrar esas señales es mínima y su consumo está reservado para sectores muy reducidos (la mayor parte de las personas que sienten curiosidad por ver la TV cromática acuden a tiendas comerciales en donde se instalan aparatos receptores).

Con el tiempo, el número de programas que se transmiten a color aumenta: Escaparate 360, Los Thunderbirds, Telemundo y muchos más. Para 1967 se llevan a cabo varias transmisiones especiales a colores como el tercer Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz y la pelea de revancha por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldívar y Howard Winstone celebrada en el estadio Azteca.

TRANSMISIONES INTERNACIONALES: Llegan a nuestro país las primeras transmisiones internacionales en vivo. Se trata de imágenes transmitidas a México por microondas --todavía no por satélite-- provenientes de Estados Unidos. El primer suceso de importancia mundial que la televisión mexicana difunde en vivo y en directo es el lanzamiento de la nave Mercury IX con el cosmonauta Gordon Cooper a bordo. También en 1963 se reciben en México las escenas del funeral de John F. Kennedy, asesinado en noviembre de ese año, y la coronación del Papa Paulo VI. Este último acontecimiento se transmite de Roma a Nueva York por satélite y de ahí a México por microondas.

1964

JUEGOS OLIMPICOS: En octubre el satélite estadounidense Syncom III transmite desde Tokio, Japón, los Juegos Olímpicos realizados ese año. Las imágenes de la inauguración llegan a Estados Unidos vía satélite y luego a México por microondas.

1965

PAJARO MADRUGADOR: En abril es colocado en órbita el Pájaro Madrugador (Early Bird), primer satélite comercial de comunicaciones, gracias al cual pueden verse en México la pelea por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldívar y Howard Winstone (1965), el Campeonato Mundial de Fútbol de Inglaterra (1966) y el célebre programa internacional Nuestro Mundo (1967) en el que la televisión mexicana participa transmitiendo en vivo el nacimiento de un niño y un espectáculo de danza prehispánica. México aún no tiene infraestructura propia para la comunicación vía satélite, por lo que las imágenes provenientes de Europa llegan primero a Estados Unidos y luego se envían a nuestro país por microondas; asimismo, las señales que tienen su origen en México viajan primero vías microondas al país vecino en donde son "subidas" al satélite.

ALFABETIZACION POR TV: Se inicia formalmente la televisión educativa en México al ponerse en práctica, por parte de la Secretaría de Educación Pública, un plan piloto de alfabetización, a través de circuito cerrado, gracias al cual mil

quinientas personas aprenden a leer y escribir. En 1967 se empieza a utilizar la televisión abierta como medio de educación a distancia.

TELESECUNDARIA: Se inicia en nuestro país la Telesecundaria mediante la transmisión en circuito cerrado de la serie Yo puedo hacerlo que consta de 82 programas. Para 1968, la Telesecundaria comienza a difundirse de manera abierta a través del Canal 5 llegando a ocho entidades de la república.

MUERE GONZALEZ CAMARENA: El 18 de abril muere en un accidente automovilístico el ingeniero Guillermo González Camarena, personaje fundamental en la historia de la televisión mexicana.

RED DE MICROONDAS: Al concluir el primer lustro de los años sesenta, las estaciones repetidoras, comúnmente llamadas de microondas, llevan la imagen televisiva a 26 estados de la república mediante una red cuya construcción se había iniciado en 1955 con la construcción de tres rutas: la de occidente, la del sureste y la del norte.

En 1965, el gobierno decide ampliar esta infraestructura y crear una Red Federal de Microondas que abarque todo el territorio nacional. La nueva red se integra por dos rutas centrales que van de frontera a frontera, rutas costaneras en el Golfo y el Pacífico, así como por rutas transversales. Para 1970 cuenta ya con 65 estaciones terminales, 207 repetidoras y 12 mil 800 kilómetros de longitud.

1966

INGRESO A INTELSAT: México ingresa a la Organización Internacional de Comunicaciones por Satélite (INTELSAT), con lo cual obtiene el derecho de utilizar los artefactos espaciales propiedad de ese consorcio.

1968

INFRAESTRUCTURA DE TELECOMUNICACIONES: Se concluyen los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones iniciados desde 1963. El sistema incluye la Red Federal de Microondas, la Estación Terrestre para Comunicaciones Espaciales de Tulancingo (para envío y recepción de señales por satélite) conectada a los satélites INTELSAT II y III, y la Torre de Telecomunicaciones en la Ciudad de México.

XIX JUEGOS OLIMPICOS: México se integra de lleno a la comunicación vía satélite. Se transmiten desde nuestro país los juegos de la XIX Olimpiada cuya audiencia acumulada en todo el planeta supera los 900 millones de personas, la mayor alcanzada hasta ese momento en la historia de la televisión. Para tal efecto se utiliza el satélite ATS-3, propiedad de la NASA y rentado por Intelsat. A partir de 1969 se establece una conexión internacional permanente de nuestro país con el exterior a través del satélite INTELSAT III colocado sobre el océano Atlántico.

En 1970 se realiza desde México otro conjunto de transmisiones con relieve internacional al celebrarse aquí el Campeonato Mundial de Fútbol.

CANAL 8: El 1 de septiembre el presidente Díaz Ordaz rinde su IV Informe de Gobierno; su mensaje es transmitido por dos nuevos canales de televisión: XHTIM, Canal 8, yXHDF, Canal 13.

La concesión del Canal 8 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Fomento de Televisión S.A. Con el fin de fortalecer financieramente la puesta en marcha de la emisora, la nueva concesionaria se asocia con la empresa Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa, de Monterrey, Nuevo León. Aunque la inauguración oficial de este canal tiene lugar con la transmisión del informe presidencial el 1 de septiembre de 1968, sus transmisiones regulares dan inicio el 25 de enero de 1969. En el ínterin, Canal 8 realiza varias trasmisiones de prueba entre las que destacan las efectuadas desde Washington y Nueva York, la primera, el 5 de noviembre, para informar sobre el curso de las elecciones presidenciales en Estados Unidos, y la segunda, en diciembre, para traer a México las imágenes de la pelea por el campeonato mundial de peso completo entre Joe Frazier y Oscar Bonavena.

El nuevo canal tiene como sede los antiguos estudios cinematográficos San Ángel Inn y su antena, de 130 metros de altura, se ubica en un predio de la calle General Prim, en el centro de la Ciudad de México.

CANAL 13: Al igual que lo habían hecho antes otras emisoras, el Canal 13, XHDF, se inaugura oficialmente transmitiendo un informe de gobierno, en su caso el correspondiente al 1 de septiembre de 1968. Su programación regular, sin embargo, se inicia el 12 de octubre de ese año desde los estudios ubicados en la

calle de Mina número 24, en la céntrica colonia Guerrero. Su antena, el transmisor y un estudio adicional se colocan en la parte mas alta de la Torre Latinoamericana. La concesión para operar el Canal 13 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro.

1969

CABLEVISION: El 20 de en mayo de 1969, la empresa Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtiene la concesión para prestar el servicio de TV por cable en la Ciudad de México, el cual se empieza a proporcionar un año después, en 1970.

Esta tecnología, creada por el estadounidense John Walson en 1947, llega a nuestro país el año de 1954 con la instalación de un pequeño sistema de cable en Nogales, Sonora, cuyo objetivo básico es llevar a ciudadanos estadounidenses que viven en México canales provenientes de su país. A este sistema siguen otros, igualmente limitados, en Piedras Negras, Coahuila (1963), Ciudad Acuña (1964), y Monterrey, Nuevo León (también en 1964). Sin embargo, es hasta el surgimiento de Cablevisión cuando se inicia el desarrollo industrial de la TV por cable en México.

12.5 % DE "TIEMPO FISCAL": El 1 de julio, después de seis meses de negociaciones entre los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR) y la Secretaría de Hacienda, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que autoriza pagar de la siguiente manera el "Impuesto sobre el importe de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio de la nación": las empresas concesionarias de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5 % de su tiempo diario de transmisión para que éste haga uso de él de acuerdo con sus propios fines.

1972

CANAL 13, ESTATAL: El 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el Canal 13 pasa a ser propiedad del Estado. La operación se realiza a través de institución financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX).

La adquisición del Canal 13 constituye la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luís Echeverría encaminadas a fortalecer al papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril de 1972, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México (llamada más tarde, en 1980, Televisión de la República Mexicana) En 1976 se

construyen nuevas y modernas instalaciones para el Canal 13 a unos pasos de la carretera al Ajusco en el sur de la Ciudad de México.

LUTO EN LA TV: El 23 de septiembre fallece en Houston, Texas, a los 77 años de edad, Emilio Azcárraga Vidaurreta, fundador de la XEW y del Canal 2. En adelante su hijo, Emilio Azcárraga Milmo, se hará cargo de los negocios creados por el empresario nacido el 2 de marzo de 1895 en Tampico, Tamaulipas.

TELEVISA: Después de competir entre sí por un periodo de cuatro años, las empresas Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del Canal 8, deciden en noviembre de 1972, fusionarse en una sola entidad que habrá de operar esas emisoras así como sus repetidoras en el país. El día 28 de ese mes, los señores Bernardo Garza Sada, del grupo Alfa de Monterrey, y Emilio Azcárraga Milmo, de Telesistema Mexicano, firman un acuerdo de fusión. Surge de esta manera el consorcio Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa). El 8 de enero de 1973 el nuevo consorcio inicia oficialmente sus actividades. El 75 por ciento de las acciones de Televisa queda en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25 por ciento restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emilio Azcárraga Milmo es designado presidente de Televisa.

En 1982, el grupo Alfa sufre una fuerte crisis financiera por lo que su director, Bernardo Sada, decide vender el 25 por ciento de acciones que el grupo posee en Televisa. Telesistema Mexicano, presidido por Emilio Azcárraga Milmo, adquiere entonces el total del paquete accionario del consorcio formado diez años antes.

1973

REGLAMENTO DE RADIO Y TV: El día 4 de abril el Diario Oficial de la Federación publica el "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión" en donde se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como encargada de vigilar que los contenidos de las transmisiones de ambos medios se ajusten a lo estipulado por la legislación. El reglamento faculta a las estaciones de TV para destinar al 18 por ciento de su tiempo de transmisión a la emisión de publicidad.

1976

TELEVISA INTERNACIONAL: El consorcio Televisa adquiere el 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation (SICC) de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, que incluye estaciones en Los Angeles, Nueva York y San Antonio, gracias al cual exporta programas vía satélite y microondas hacia ese país.

1977

DIRECCION DE RTC: Se crea, mediante decreto publicado en el Diario Oficial el 7 de julio, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (en adelante conocida como RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Su tarea fundamental es vigilar que la normatividad aplicable a la radio, la TV y el cine,

dentro del ámbito que corresponde a esa secretaría (por ejemplo, la vigilancia sobre los contenidos), se cumpla.

1980

TELEVISA POR SATELITE: En mayo Televisa contrata, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense Westar III con lo cual adquiere la posibilidad de cubrir el territorio mexicano, pues la huella del artefacto cubre nuestro país, y de transmitir directamente a Estados Unidos 19 horas diarias de programación a través de la cadena Spanish International Network (SIN) constituida por 100 estaciones afiliadas y de la que Televisa ha adquirido el 75 por ciento de acciones.

SATELITE MEXICANO EN PROYETO: El 10 de octubre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes da a conocer que para 1985 México contará con su propio satélite que llevará el nombre de Iluicahua ("Señor del cielo" en lengua náhuatl). Hasta ese momento México realiza sus telecomunicaciones internas por microondas y las de carácter internacional utilizando satélites del consorcio Intelsat o satélites domésticos estadounidenses con cobertura en nuestro territorio.

1981

RED DE ESTACIONES TERRENAS: El 3 de abril el presidente López Portillo inaugura la primera etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, la cual

consta de 14 estaciones para envío y recepción de señales vía satélite y 21 estaciones que sólo reciben señales.

LUTO EN LA TV: El 7 de mayo fallece en la Ciudad de México Rómulo O'Farril Sr., fundador del Canal 4.

SE AUTORIZA PROYECTO DE SATELITE MEXICANO: El 16 de octubre el presidente José López Portillo autoriza la ejecución del proyecto del satélite mexicano.

MEXICO ALQUILA SATELITE: Debido a que México está ampliando su infraestructura de comunicación por satélite, pero aun no cuenta con uno propio, el gobierno de la república solicita al consorcio Intelsat que modifique la órbita de uno de sus artefactos (el Intelsat IV AF3) para que pueda "bañar" el territorio mexicano con sus señales. El alquiler de tres transbordadores en este satélite permite a México efectuar por esa vía una parte sustancial de sus telecomunicaciones internas las cuales realizaba antes por microondas. En 1984, al concluir la vida útil de este satélite, México renta los servicios del Intelsat V F8 para efectuar sus comunicaciones domésticas.

UTECA: Se crea la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), encargada de la producción y transmisión de programas educativos.

1982

CANAL 22: El día 15 de abril el Canal 22 del Distrito Federal inicia sus transmisiones en la frecuencia de UHF bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM).

CRECE INFRAESTRUCTURA: El presidente López Portillo inaugura el 22 de junio la segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, consistente en 71 estaciones. De ellas 39 han sido instaladas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y 32 por Televisa. La participación del consorcio en la instalación de esta infraestructura se fundamenta en un convenio con la SCT, firmado el 8 de octubre de 1980, mediante el cual la televisora se compromete a financiar 44 estaciones terrenas a cambio de que el gobierno le proporcione descuentos en el pago del alquiler de la infraestructura de telecomunicaciones y derecho preferencial para transmitir sus señales. El convenio tendría una vigencia de nueve años.

ACTIVIDAD ESTRATEGICA: En diciembre, el artículo 28 constitucional es modificado por iniciativa del nuevo presidente, Miguel de la Madrid, con el fin de declarar a la comunicación por satélite como "una actividad estratégica a cargo exclusivo del Estado".

1983

INSTITUTO MEXICANO DE TELEVISION: El 23 de marzo el gobierno de la república anuncia la creación de un organismo denominado Instituto Mexicano de

Televisión bajo cuya responsabilidad queda el manejo de los recursos del Estado en esa área. El Canal 13 y su red nacional, los canales 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la red Televisión de la República Mexicana (TRM) quedan a cargo del nuevo organismo.

SATELITES MORELOS: En junio la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informa que el sistema mexicano de satélites llevará el nombre de Morelos (ya no Iluicahua, como se le pretendía llamar en el sexenio anterior) y que estará constituido por dos artefactos que serán colocados en órbita en 1985. Su costo será de 140 millones de dólares. La empresa estadounidense Hughes International Communications quedará a cargo de la construcción; la Mc Donnell Douglas del servicio de propulsión; y la Agencia Nacional de Aeronáutica y del Espacio (NASA), de Estados Unidos, del lanzamiento. La firma Comsat General Corporation se ocupará de supervisar el proceso de construcción, pruebas y lanzamiento.

1985

IMEVISION Y CANAL 7: El 29 de abril el gobierno de la república da a conocer que en adelante el Instituto Mexicano de Televisión asumirá para fines de identificación institucional y comercial el nombre de Imevisión, y anuncia la apertura de una nueva frecuencia en la Ciudad de México, la del Canal 7. La televisora sale al aire el 18 de mayo de 1985 con las siglas XHIMT y como cabeza de una red nacional integrada por las 99 emisoras que hasta ese momento

operaban con el nombre de Televisión de la República Mexicana (TRM), organismo que, como consecuencia de estos cambios, queda disuelto.

MORELOS I, EN ORBITA: La madrugada del 17 de junio el trasbordador Discovery de la NASA coloca en órbita el primer satélite de comunicaciones mexicano, el Morelos I.

MORELOS II, AL ESPACIO: El 26 de noviembre el Morelos II, segundo satélite del sistema mexicano, es enviado al espacio. En el trasbordador Atlantis, la nave que lo coloca en órbita, va como miembro de la tripulación el doctor Rodolfo Neri Vela, quien de esa forma se convierte en el primer astronauta mexicano.

TV SALUD: Da inicio el proyecto de educación médica vía satélite denominado TV Salud, promovido por el Hospital Infantil de México.

1989

MULTIVISION: El 1 de septiembre inicia sus transmisiones en México un nuevo sistema de TV por suscripción. Se trata de MVS Multivisión, que emplea una tecnología nunca antes utilizada en nuestro país: el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, es decir, Sistema de Distribución Multicanal Multipunto.

El sistema MMDS consiste en el envío, a través del espacio aéreo, de señales de televisión codificadas hacia los hogares de los suscriptores a quienes se dota

previamente del equipo necesario para la recepción (antena, decodificador y control remoto). Funciona en el segmento de 2500 a 2696 megahertz.

La concesión para operar Multivisión es otorgada al señor Joaquín Vargas Gómez, propietario de la empresa productora TELEREY y del grupo radiofónico Frecuencia Modulada Mexicana (Vargas fue también director de Televisión Independiente de México, Canal 8, hasta antes de que, en 1972, esta empresa se fusionara con Telesistema Mexicano para formar Televisa). Joaquín Vargas Gómez había solicitado a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, desde junio de 1983, la concesión para operar un sistema de televisión restringida en el Valle de México, misma que se le otorga el 14 de diciembre de 1984. Sin embargo, el inicio de operaciones de lo que en 1989 habría de ser MVS Multivisión se retrasa más de cuatro años. Las instalaciones de la nueva televisora se ubican en Boulevard Aeropuerto, al oriente de la Ciudad de México, y su antena transmisora irradia señales desde Cerro del Chiquihuite al norte de la capital de la república.

DE UTEC A UTE: La Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTEC) elimina de su denominación la palabra "cultural" y reduce su nombre a UTE. Ello se debe a que la producción de programas culturales pasa al dominio del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes creado ese mismo año. En adelante la UTE se ocupará sólo de la producción de programas de tipo educativo.

1990

NUEVO PROYECTO SATELITAL: Ante la proximidad de la finalización del periodo de vida útil del satélite Morelos I, prevista para 1994, y la inminente saturación del Morelos II, cuyo lapso de utilización llegará a su término en 1998, el gobierno de la república da a conocer, el 28 de julio, su proyecto de ubicar en el espacio un nuevo sistema de satélites, también integrado por dos artefactos, que llevará el nombre de Solidaridad y cuya vida útil será de 14 años. Se anuncia que el primero de los satélites será enviado al espacio en 1993.

TV DE ALTA DEFINICION: El 3 de septiembre Televisa y la Nippon Hoso Kyokai (NHK) de Japón dan a conocer en el Centro de Postproducción de Televisa San Angel, la realización de exitosas pruebas de transmisión de TV de Alta Definición (TVAD). Las pruebas se efectúan con equipo instalado en el cerro Pico de Tres Padres, ubicado al norte de la capital mexicana, a una altura de 750 metros sobre el nivel del centro de la ciudad. Televisa invierte en ese equipo 15 millones de dólares. Se utilizan las bandas de 12 y 17 gigahertz.

La TVAD tiene grandes diferencias con respecto a la televisión "tradicional". Entre ellas se cuentan: 1) la proporción de la pantalla: mientras en la TV tradicional la proporción entre las dimensiones horizontal y vertical es de 4:3, en la de Alta Definición es de 16:9, es decir, la misma proporción que se utiliza en la moderna pantalla cinematográfica que es de forma más rectangular que la pantalla normal de TV; 2) el número de "líneas de barrido": en tanto la TV tradicional emplea 525 líneas, en el caso del sistema NTSC, estadounidense, o 625, en el de los europeos SECAM y PAL, la TVAD duplica el número de líneas, lo que le otorga

una mayor definición y calidad a la imagen; 3) el sonido digital, similar al del disco compacto, es otra característica de la TVAD.

El 10 de marzo de 1993 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes publica en el Diario Oficial una "primera notificación" dirigida a la compañía Sistema de Comunicación Televisiva de Alta Definición, S.A. de C.V., filial de Televisa, en la cual se le informa que su solicitud de concesión para operar dos canales de TVAD ha resultado favorablemente dictaminada. A pesar de haber realizado pruebas exitosas y de haber obtenido virtualmente la concesión para operar comercialmente la TVAD, Televisa, por razones técnicas y económicas, suspende el inicio de las transmisiones en formato de alta definición, las cuales, según había anunciado en septiembre de 1990, comenzarían en un lapso de 12 a 18 meses después de esa fecha.

CEMESATEL: Se crea el Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión (CEMESATEL), de la Secretaría de Salud, que interconecta a hospitales e instituciones de este sector mediante videoconferencias, imágenes de intervenciones quirúrgicas y programas de educación médica.

1991

DE INTELLECTUALES AL PRESIDENTE: El 26 de enero un grupo de 800 intelectuales solicita al presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 no sea vendido --como había anunciado el gobierno que lo haría-- y en cambio sea

transformado en una televisora cultural. Salinas responde afirmativamente el 21 de febrero.

CONSTRUCTOR DE SATELITES: El 19 de marzo el gobierno da a conocer que el constructor de los satélites Solidaridad será la empresa Hughes Communications, también fabricante de los Morelos.

EMPRESA LANZADORA: El 19 de julio se anuncia que la empresa Arianespace ha ganado la licitación pública convocada por el gobierno mexicano y será la encargada de poner en órbita los satélites Solidaridad desde Kourou, Guyana Francesa.

1992

TELESECUNDARIA POR SATELITE: La Unidad de Televisión Educativa (UTE) inicia la transmisión de la telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. En 1993 pone en marcha su proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la república.

1993

EL 22, CANAL CULTURAL: El 23 de junio sale al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT. Aunque este canal operaba desde 1982 como parte del sector estatal de televisión, su transformación en emisora cultural se remonta al 26 de enero de 1991 cuando un grupo de 800 intelectuales mexicanos publica en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de

Gortari solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se le destine, en cambio, a la difusión cultural.

A diferencia del Canal 11, que opera bajo el régimen de permiso, el 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Su primer director es el escritor José María Pérez Gay.

TELEVISION AZTECA: El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado. Junto con el 13 y su red nacional, son "desincorporados" el Canal 7 con sus repetidoras en la república y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la "desincorporación" el gobierno tiene que regularizar la situación legal de los canales, pues muchos de ellos, especialmente los de la red 7, tienen el estatuto de permisionados lo cual impide formalmente su venta debido a que la legislación de la materia señala que solamente los canales concesionados pueden cederse en operaciones de compraventa. Crea, entonces, una serie de empresas paraestatales --la más grande llamada Televisión Azteca-- para que se conviertan en concesionarias de los canales que conforman las redes 13 y 7. Al final pone a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7).

La privatización de los que fueran canales del Estado se lleva a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participan cuatro sociedades empresariales y en el cual resulta elegido para efectuar la compra el

grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. El grupo adquiriente paga alrededor de 650 millones de dólares por un "paquete de medios" que incluye, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca.

SOLIDARIDAD I: El 19 de noviembre es lanzado al espacio desde Guyana Francesa, a bordo de un cohete Ariane, el nuevo satélite mexicano Solidaridad I, construido, al igual que sus antecesores, los Morelos, por la empresa estadounidense Hughes.

1994

DTH: En marzo, Televisa anuncia su proyecto de iniciar el servicio de televisión vía satélite directa al hogar, conocido como Direct to Home o DTH. Se trata de un nuevo sistema que permite la transmisión de señales de TV a los hogares directamente desde un satélite. La diferencia entre el sistema DTH y otros servicios de TV directa al hogar vía satélite es que permite transmitir audio y video digitales, es decir, el sonido tiene la calidad de un compact disc, y la imagen una definición mucho mayor que la TV normal. Además, el nuevo sistema posee la ventaja de operar con pequeñas antenas semiparabólicas con diámetros de entre 45 y 90 centímetros --en contraste con las de otros servicios que requieren

parabólicas de hasta 5 metros de diámetro-- y la de tener capacidad para transmitir más de 150 canales.

Según los planes originales, el servicio se proporcionaría a través del satélite PAS III, de la empresa Panamsat, en el cual Televisa rentaría 8 trasbordadores a un costo de 24 millones de dólares anuales. Se planeaba colocar en órbita este satélite a finales de noviembre o principios de diciembre de 1994.

Para noviembre de 1994, Televisa hablaba de que el servicio se iniciaría en la primavera de 1995 y de que tendría un costo de instalación de aproximadamente 700 dólares --con la posibilidad de que bajara a 500 al finalizar 1996-- y de que la renta por el servicio fluctuaría entre los 25 y los 30 dólares. El proyecto llevaría el nombre de Galavisión Latinoamérica.

Sin embargo, su iniciación se ve frustrada debido a que el satélite PAS III no puede ser colocado en órbita en diciembre de 1994. El día primero de ese mes, el cohete de la empresa francesa Arianespace que se encargaría de llevar el satélite al espacio falla en su tercera etapa y cae al mar poco después de haber despegado de su base en Kourou, Guyana Francesa. El PAS III queda destruido.

Televisa y Panamsat explican que la pérdida del satélite no reviste gravedad, pues en menos de un año se construirá un satélite sustituto. El nuevo PAS III es enviado al espacio el 28 de noviembre de 1995, casi un año después del fracaso de su antecesor, pero para entonces Televisa ya tiene otros planes en el ámbito del sistema DTH, los cuales se precisan más adelante.

SOLIDARIDAD II: El 7 de octubre de 1994, el satélite Solidaridad II es colocado en órbita. Construido también por la empresa Hughes Communications es enviado al espacio, desde Guyana Francesa, a bordo de un cohete de la compañía Ariane.

TELEVISA: 62 NUEVAS CONCESIONES: El 6 de octubre el Diario Oficial da a conocer que la empresa Radiotelevisora de México Norte, S.A. de CV., filial de Televisa, obtiene la concesión para operar una red de 62 canales de TV distribuidos en 28 estados del país. En realidad la concesión había sido otorgada desde el 8 de marzo de 1994, según se establece en el decreto aparecido en el periódico gubernamental, pero era hasta siete meses después que el hecho se hacía público. Algunas características de la concesión de este paquete de canales televisivos son las siguientes: 1) tendrá una vigencia de 16 años contados a partir del 8 de marzo de 1994, fecha de su inicio, y hasta el 7 de marzo de 2010 en que concluirá. Los términos de la concesión serán revisados por Televisa y la SCT cada cinco años; 2) Televisa, a través de su filial Radiotelevisora de México Norte, tendrá que pagar 295 millones 198 mil 776 nuevos pesos "por concepto de participación al gobierno federal". Este pago se basa en una disposición del artículo 110 de la Ley de Vías Generales de Comunicación y su aplicación resulta significativa, pues no se conocen antecedentes de que el gobierno cobre por el otorgamiento de concesiones para la explotación de canales de TV. Los nuevos canales se emplearán para extender la cobertura del Canal 9 convirtiéndolo en red nacional.

EDUSAT: Se consolida la Red Satelital de Distribución de Televisión Educativa

(EDUSAT), planeada desde 1989, mediante la cual se transmiten seis canales de TV educativa a 11 mil escuelas en todo el país a través del sistema Solidaridad.

1995

REFORMA CONSTITUCIONAL: En enero, apenas en el segundo mes de su gestión, el gobierno zedillista decide reformar el artículo 28 constitucional con el fin de que la comunicación vía satélite deje de ser considerada legalmente como "una actividad estratégica exclusiva del Estado" --como había sido definida por el gobierno delamadridista en diciembre de 1982-- y pase a ser una "actividad prioritaria" en donde se permite al capital privado participar en la propiedad y operación de esos artefactos espaciales. La iniciativa presidencial es aprobada por el Congreso de la Unión con el apoyo de los partidos PRI y PAN.

LEY DE TELECOMUNICACIONES: En mayo, el Congreso de la Unión aprueba, nuevamente con el voto favorable del PRI y del PAN, una Ley Federal de Telecomunicaciones en la que se establecen las condiciones para que el capital privado participe en la comunicación por satélite, actividad que había sido hasta ese momento exclusiva del Estado. La nueva ley establece: 1) que el gobierno federal, a través de la SCT, podrá concesionar a empresas privadas la ocupación y la explotación de posiciones orbitales asignadas a México; 2) La SCT podrá otorgar concesiones para la explotación de bandas de frecuencias, a través de las cuales se puedan transmitir señales provenientes de satélites extranjeros que cubran el territorio nacional, "siempre y cuando se tengan firmados tratados en la

materia con el país (de cuya nacionalidad sea el satélite) y dichos tratados contemplen la reciprocidad para los satélites mexicanos"; 3) en cualquiera de los dos casos anteriores, la inversión extranjera en las empresas concesionarias no podrá ser superior al 49 por ciento.

La Ley Federal de Telecomunicaciones fue aprobada por el Congreso de La unión el 18 de mayo de 1995 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio del mismo año.

DIRECTV: El 9 de marzo las empresas Hughes Communications, de Estados Unidos, Organización Cisneros, de Venezuela, Televisión Abril, de nacionalidad brasileña, y MVS Multivisión, de México, dan a conocer la creación del consorcio Galaxy Latin America. Se trata de una alianza estratégica para lanzar al mercado DirecTV, un servicio de televisión vía satélite "directo al hogar" (DTH) con cobertura latinoamericana.

Este proyecto es resultado de la expansión hacia Latinoamérica de otro que, con el mismo nombre, inició en Estados Unidos la empresa Hughes Communications a finales de 1993. El 17 de diciembre de ese año Hughes colocó en el espacio un satélite --el Galaxy 4 H-- con la finalidad de prestar el servicio de "TV directa al hogar" o DTH. Para comercializar el nuevo sistema, Hughes crea la filial DirecTV que mediante una inversión de 600 millones de dólares proporciona el servicio DTH en Estados Unidos. El inicio de operaciones se produce en junio de 1994.

Entusiasmada por los análisis prospectivos efectuados en Estados Unidos durante el primer lustro de los años noventa, los cuales señalan a América Latina como

una zona con posibilidades de "crecimiento explosivo" en lo que se refiere a la televisión de paga, Hughes decide buscar socios en esa parte del continente para extender hacia ella su proyecto DTH. En México, ejecutivos de la compañía estadounidense se entrevistan en febrero de 1994 con el señor Clemente Serna Alvear quien en 1993, al frente de la empresa Corporación Medcom, había participado sin éxito en la licitación por adquirir los canales 7 y 13; la intención era llegar a un acuerdo con él, ya que su empresa había obtenido en octubre de 1994 una concesión para prestar el servicio DTH en la República Mexicana.

Las negociaciones con Medcom, sin embargo, no prosperan, por lo que los ejecutivos de Hughes buscan establecer alianza con Televisa, pero Emilio Azcárraga Milmo no acepta debido a que, como se indicó líneas arriba, está en esos días a punto de anunciar su propio proyecto de DTH. Hughes acude entonces con la familia Vargas, propietaria de la empresa MVS Multivisión, que también proyecta explotar ese servicio en México (al igual que Medcom, Multivisión obtiene en octubre de 1994 una concesión para operar el servicio DTH). Las negociaciones con los señores Vargas sí tienen éxito. En febrero de 1995 llegan a un acuerdo y el 9 de marzo de ese año Hughes Communications, Organización Cisneros de Venezuela, Televisión Abril y MVS Multivisión anuncian la creación del consorcio Galaxy Latin America que tendrá a su cargo el lanzamiento del servicio DirecTV en esta parte del continente; se trata de un servicio diseñado especialmente para el público latinoamericano por lo que la programación será en español y portugués. En esta sociedad Hughes participa con 60 por ciento de la inversión (alrededor de 600 millones de dólares),

Organización Cisneros con el 20 por ciento, en tanto que Televisión Abril y Multivisión lo hacen cada una con 10 por ciento. El servicio se prestará a través del satélite Galaxy III R, construido por Hughes. La capacidad de transmisión del artefacto es de 144 canales de video y 60 de audio, en ambos casos con calidad digital. Se esperaba cubrir 21 países de la región.

El satélite Galaxy III R es lanzado al espacio por la empresa Ariane, desde Guyana Francesa, el 15 de diciembre de 1995. En Brasil, sede de Televisión Abril, DirecTV comienza a funcionar el 14 de junio de 1996, y en Venezuela, el país de Organización Cisneros, el otro socio latinoamericano, las transmisiones se inician el 28 de junio. En México el comienzo de DirecTV se programa para llevarse a cabo en el segundo semestre de 1996.

CANAL 40: El 19 de junio comienza sus transmisiones formales el Canal 40 del Distrito Federal, una nueva opción en la banda de frecuencias ultraelevadas (UHF). La concesión para operar este canal es obtenida el 23 de septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCOM), propiedad del empresario Javier Moreno Valle. Sus transmisiones de prueba se inician el 5 de diciembre de 1994.

Operado por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCOM, y con el lema "CNI Canal 40, la realidad en televisión" ofrece al teleauditorio una programación que pone el acento en los temas de tipo periodístico y noticioso.

SKY: Ante la solidez que mostrada por el proyecto DirecTV, el consorcio mexicano Televisa, el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O'Globo y la compañía Tele Communications Internacional Inc. (TCI), la operadora de sistemas de cable más grande de Estados Unidos, deciden unir esfuerzos y firman el 20 de noviembre de 1995 un convenio para prestar de manera conjunta el servicio de televisión directa vía satélite, o DTH, en Latinoamérica. En esta sociedad, Televisa, News Corporation y O'Globo aportan cada una el 30 por ciento de la inversión, mientras que TCI participa con el 10 por ciento restante. El servicio se proporcionará a nivel latinoamericano por medio de los satélites Panamsat, aunque en México, Televisa decide hacerlo inicialmente a través del sistema Solidaridad. El nombre que se asigna a este nuevo proyecto es el de Sky Entertainment Services, sin embargo para fines publicitarios se le conoce simplemente como Sky. Al igual que DirecTv se proyecta que Sky comience a funcionar en el segundo semestre de 1996.

CIFRAS GLOBALES: Al concluir 1995 México contaba con una estructura para la transmisión de señales de televisión que se resume de la siguiente manera: un total de telehogares estimado en 15.5 millones; una cifra de canales de TV abierta (bandas VHF y UHF) estimada en 561 estaciones en operación; 143 sistemas de televisión por cable; 21 concesiones otorgadas para operar el servicio de TV pagada por microondas conocido como MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System, o Sistema de Distribución Multicanal Multipunto) y un total de 257 estaciones terrenas para comunicación vía satélite (la transmisión de señales de radio y TV ocupaba el 40 por ciento de los servicios prestados por el sistema

de satélites mexicano). Se esperaba, asimismo, que durante 1996 los sistemas de TV directa al hogar vía satélite ya autorizados comenzaran a operar.

En lo que se refiere a la TV abierta, Televisa contaba con cuatro cadenas nacionales de televisión identificadas con el número de la estación "ancla" de cada una de ellas en la Ciudad de México: Canal 2, Canal 5, Canal 4 y Canal 9. En conjunto las cuatro cadenas incluyen 298 estaciones en la república, de las cuales 240 son propiedad de Televisa --concesionadas a diferentes filiales del consorcio-- , 19 tienen participación mayoritaria de éste; y 39 son independientes pero repiten la programación de las mencionadas cadenas nacionales.

Al concluir 1995, TV Azteca aún no lograba poner en funcionamiento la totalidad de los canales de televisión que obtuvo para las redes nacionales 7 y 13 (78 para el primero y 90 para el segundo). Sin embargo, gracias a la instalación de transmisores nuevos en puntos estratégicos del territorio nacional había logrado una cobertura importante. Al finalizar 1995, el Canal 13 tenía una red de 54 estaciones que cubría 14.2 millones de telehogares (aproximadamente el 92 por ciento del total, calculado en 15.5 millones), mientras que el 7 contaba con una red de 37 estaciones con las cuales cubría 11.8 millones de telehogares (el 76 por ciento del total).

Para octubre de 1996, la agencia IBOPE reportaba la existencia de 16 millones de telehogares y un incremento en la cobertura de las redes 7 y 13. La primera

llegaba a 15 millones de telehogares (90 por ciento), mientras que el 13 cubría 15.5 millones, equivalente a 94 por ciento.

2.2 PROGRAMACIÓN TELEVISIVA MEXICANA

Los medios escritos y electrónicos reflejan un sistema mundial que ha sufrido una revolución en las comunicaciones y en la tecnología que transmiten información y que a la vez inciden en la conducta de los individuos, y en general, en el comportamiento de las fuerzas y las estructuras políticas y sociales. Por lo mismo es importante mencionar que uno de los aspectos mas importantes que nos permiten estudiar es su relación con el poder y el uso que este puede llegar hacer de estos.

Existe la creencia de que los medios de comunicación son un poder que determina el comportamiento, las preferencias y en muchos sentidos, la vida de los hombres y el destino de las sociedades, sin embargo, son un espejo de la realidad y al mismo tiempo forjadores de la historia social, ya que participan en la formación de la opinión pública.

La televisión es capaz de trascender de entretenimiento hacia otros ámbitos de la sociedad, e impregnan la psicología colectiva de gustos, deseos, preferencias, y opciones de todo tipo. No es un fenómeno nuevo ni desconocido, la televisión, la Internet, los multimedia, en la actualidad, son los medios modernos que influyen en el mundo globalizado, impulsando las profundas transformaciones culturales.

La televisión al igual que los demás medios de comunicación, están sometidos a las leyes del mercado, es decir, a las leyes de la sociedad capitalista, en donde la competencia y los conflictos de intereses condicionan su vida. Ha sido participe en la construcción de una sociedad que basa su vida en la información, forma parte de un modelo de comunicación donde fluyen todos los datos imaginables, desde la vida privada de un ciudadano de España, los nuevos avances tecnológicos de Japón, hasta como prevenir un atentado terrorista.

En el caso de la televisión mexicana, es difícil comprender, las deficiencias que tienen los dueños de Televisa y TV Azteca en la elaboración de su barra de programación y su negativa a una " Reforma a la Ley de Radio y Televisión"¹.

"Esta reforma es una de las más importantes para democratizar el marco institucional, dada la enorme influencia política que ejercen los medios electrónicos. Está en juego la pluralidad, mayor libertad de expresión que es más fácil de coartar en condiciones monopólicas o duopólicas, el actual arbitrio gubernamental para otorgar o retirar concesiones, un capítulo para hacer más transparente el enorme flujo de fondos partidistas a los medios de comunicación en los procesos electorales, así como el mejor aprovechamiento de los tiempos oficiales del Estado. En este ámbito, nuestra legislación es de las más atrasadas del mundo. Pero dicha reforma encuentra una defensa débil entre los legisladores y la oposición de los grandes concesionarios, celosos de sus privilegios por encima del interés ciudadano. Por lo cual, ojala nos equivoquemos, no se vislumbra un pronto éxito en esta pieza central de la reforma política del Estado."²

¹ CFR. Capítulo 4 Pág. 111

² Crespo José Antonio, El Universal, 24 de enero 2005

Si bien no mejorar los contenidos de los distintos programas de Televisión si revisar la responsabilidad que tienen frente al auditorio. No podemos afirmar que Televisa por décadas (o TV Azteca en los últimos años) sean responsables del bajo nivel de los estudiantes, mas sin embargo, si han contribuido a que se mantengan esos niveles, hasta debajo de la tabla de países comparables según los estándares internacionales con los que se nos mide. Se asume completamente normal que los contenidos de la televisión estén determinados por los intereses comerciales de las empresas que tienen las concesiones otorgadas por el Estado.

El reto planteado en los más actualizados estudios en la materia reside en la identificación, con el mayor realismo, de los problemas que entraña abordar:

- 1) la discusión y la construcción de una nueva normatividad de los medios,
- 2) la búsqueda de los acuerdos fundamentales sobre los principios y valores a preservar en cuanto a los derechos de los medios y de las audiencias, y
- 3) la generación de fórmulas normativas que aseguren que la libertad de los medios y la rendición de cuentas no son incompatibles.

Algunas de las posturas contrarias a las reformas propuestas por el panista Javier Corral, hablan de censura a los medios electrónicos al proponer la creación de un Consejo Nacional de Radio y Televisión conformado por cinco expertos y que fuera un organismo autónomo en el cual el gobierno no tenga ingerencia alguna, lo cual también fue rechazado por los dueños de las empresas ya que ellos conocen su negocio, seria un error según ellos, que alguien les dijera que si y que no sale al aire. Por ende, parece inevitable que Televisa y TV Azteca programen lo que mejor les parezca y les convenga.

¿Los dueños de las televisoras se sentarán a ver los programas que transmiten por medio de sus distintos canales, desde las telenovelas, los programas cómicos tales como La escuelita VIP, La Parodia, Big Brother, Otro rollo, por mencionar algunos? Si lo hacen y les gusta lo que ven eso nos explica todo, mas si no lo hacen manifiesta la falta de responsabilidad y compromiso hacia su tele-auditorio y a la sociedad en general. El otorgamiento de las nuevas concesiones, debería darse, según ellos, dependiendo de un solo requisito: la mejor oferta económica, uno de los principios mas elementales en una economía de mercado, pero de la revisión de los contenidos televisivos no quieren hablar, de esos se encargan las televisoras, y tanto el gobierno como la sociedad se enterarán de ellos en cuanto salgan al aire. La radio y la televisión concesionada además de ser buenos negocios, deberían tener la capacidad y la convicción de contribuir al desarrollo democrático y económico del país, de incorporarse a los acuerdos nacionales que tanta falta hacen. Los dueños de esos medios creen que es mejor mantener el control mediante la concentración casi monopólica de concesiones, a lo largo de la última década, las dos principales televisoras del país han acumulado un poder enorme.

Es indiscutible que la ley debe ser modificada. Es una ley hecha cuando las trasmisiones eran en blanco y negro, la televisión por cable estaba iniciando en nuestro país, no existían los sistemas digitales, tampoco había Internet y los celulares con televisión integrada solo existían en las películas de ciencia-ficción. Es una ley hecha cuando privaba el presidencialismo metaconstitucional, se vivía

la era del partido prácticamente único y la única televisora privada está en manos de un “soldado del Presidente”.

CUADRO 1

FORMATO	TIPO
INFORMACIÓN	Noticieros y entrevistas
FICCIÓN	Películas (cine) Miniserias

	Series: drama, suspenso, terror, comedia, policíacas, ciencia, ficción, teleteatro, etc.
Infrashow	Talk show Pseudo-ciencia Videos de aficionados
Variedad y Entretenimiento	Juegos y concursos Musicales Cocina Humorísticos Telenovelas Revista Matutina Critica artística
Infantiles	Actividades y Concursos Dibujos animados Series infantiles Musicales Didácticos
Deportes	Comentarios, análisis, entrevistas, competencias deportivas
Culturales y Educativos	Documentales Concursos educativos Reportajes Cursos de educación formal
Telemercadeo	Programas de ventas directas al publico
Política	Propaganda política, debate, entrevistas, actos cívicos Mensajes a la Nación
Religión	Propaganda religiosa
Asistencia social	Programas de información al consumidor

DISTRIBUCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DURANTE EL MES DE OCTUBRE DE 2004
CUADRO 1.1

FORMATO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
INFORMACIÓN	7.80%	7.60%	8.60%	8.00%
FICCIÓN	23.80%	22.80%	22.80%	23.90%
INFRASHOW	8.20%	7.00%	5.20%	4.30%
ENTRETENIMIENTO	30.50%	29.70%	29.70%	28.70%
INFANTILES	16.50%	15.00%	14.60%	14.10%
DEPORTES	6.00%	5.60%	4.90%	6.80%
CULTURALES Y EDUCATIVOS	.98%	.69%	.59%	.67%
TELEMERCADERO	3.30%	8.90%	11.10%&	11.90%
POLÍTICA	.65%	.65%	.65%	.59%
RELIGIÓN	1.80%	1.60%	1.40%	1.70%
ASISTENCIA SOCIAL	0.0%	0.0%	0.0%	.38%

*cifras obtenidas a partir de las horas dedicadas por Televisa a los distintos formatos en sus diferentes canales (2, 4, 5,9)

DISTRIBUCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DURANTE EL MES DE ENERO DE 2005

CUADRO 1.2

FORMATO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
INFORMACIÓN	8.21%	8.47%	8.21%	8.43%
FICCIÓN	25.89%	26.04%	25.89%	26.01%
INFRA SHOW	3.32%	3.23%	3.33%	3.33%
ENTRETENIMIENTO	26.04%	24.56%	25.34%	26.18%
INFANTILES	12.93%	12.93%	12.93%	12.93%
DEPORTES	3.67%	4.02%	3.49%	3.49%
CULTURALES Y EDUCATIVOS	.52%	.52%	.52%	.52%
TELEMERCADERO	17.91%	21.85%	19.31%	18.44%
POLÍTICA	.43%	.34%	.52%	.43%
RELIGIÓN	0%	0%	0%	0%
ASISTENCIA SOCIAL	.56%	0%	.41%	.25%

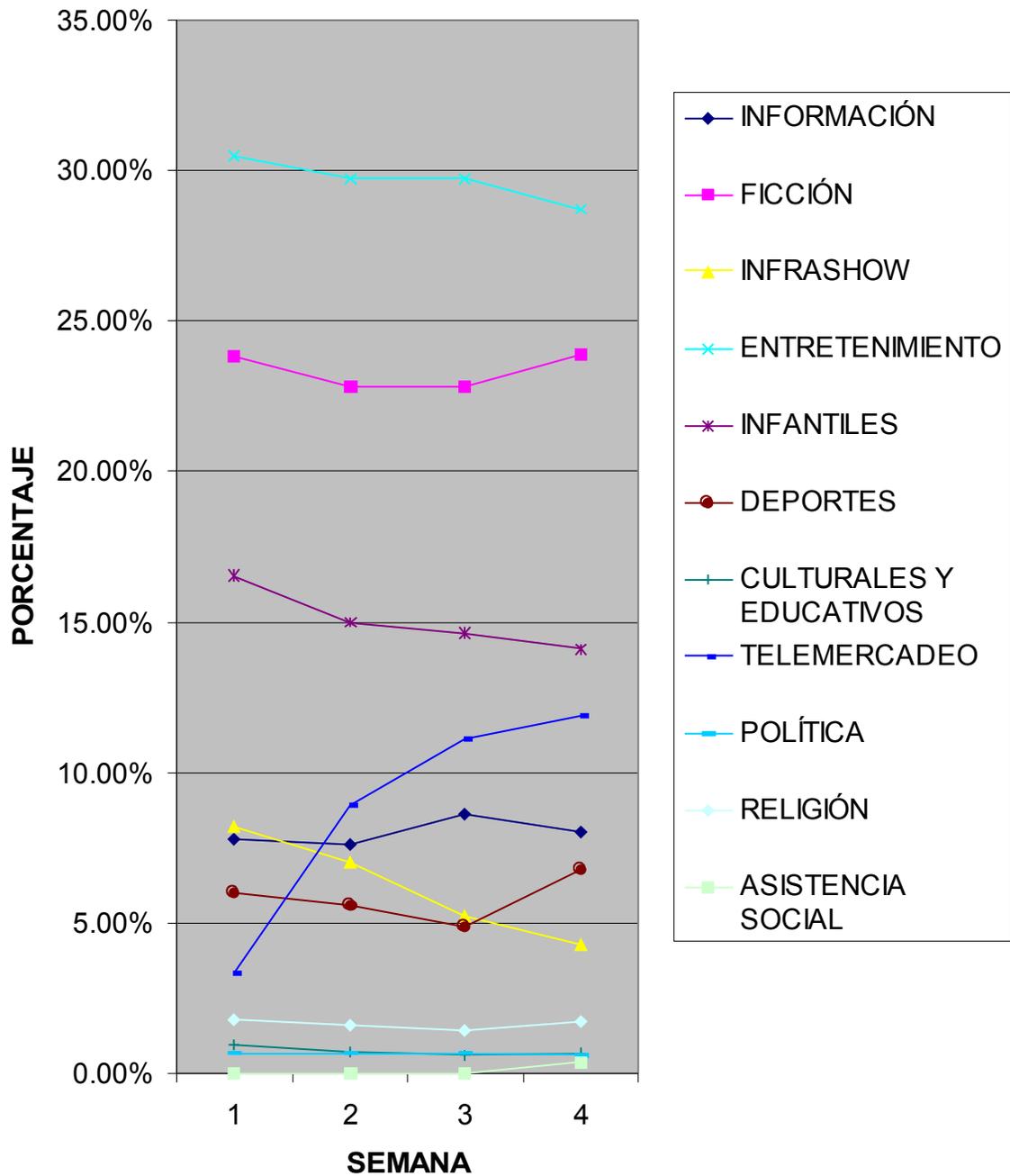
*cifras obtenidas a partir de las horas dedicadas por Televisa a los distintos formatos en sus diferentes canales (2, 4, 5,9)

DISTRIBUCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DURANTE EL MES DE ABRIL DE 2006
CUADRO 1.3

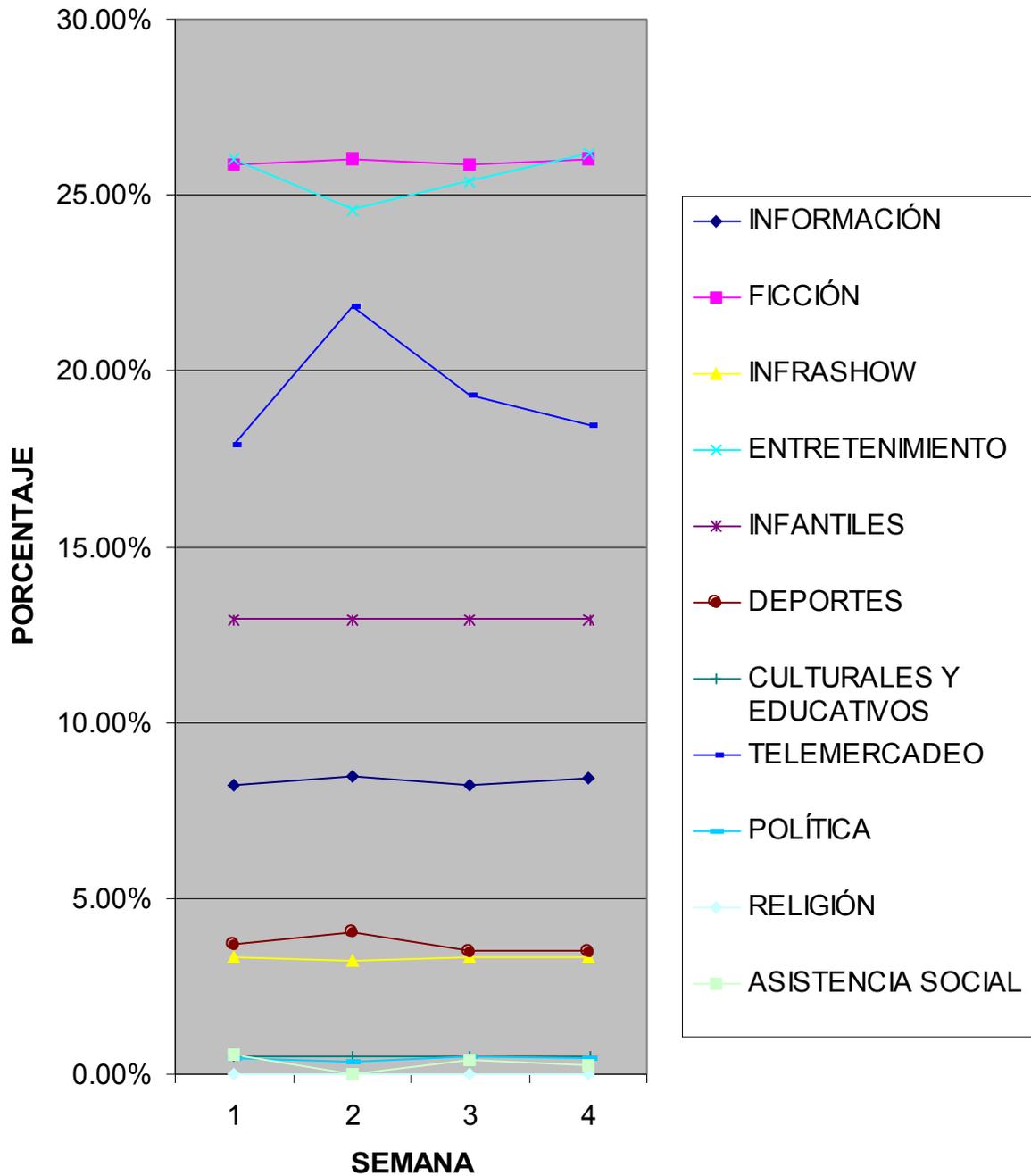
FORMATO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
INFORMACIÓN	8.45%	8.90%	8.58%	8.47%
FICCIÓN	25.74%	23.64%	25.74%	25.32%
INFRASHOW	3.15%	3.38%	3.32%	3.15%
ENTRETENIMIENTO	27.81%	28.56%	27.64%	28.37%
INFANTILES	12.59%	12.59%	12.59%	12.59%
DEPORTES	2.53%	3.08%	3.12%	2.53%
CULTURALES Y EDUCATIVOS	.38%	.36%	.42%	.38%
TELEMERCADERO	17.84%	18.25%	17.39%	17.58%
POLÍTICA	1.12%	.85%	.93%	1.34%
RELIGIÓN	0%	.12%	0%	0%
ASISTENCIA SOCIAL	.39%	.27%	.27%	.27%

*cifras obtenidas a partir de las horas dedicadas por Televisa a los distintos formatos en sus diferentes canales (2, 4, 5,9)

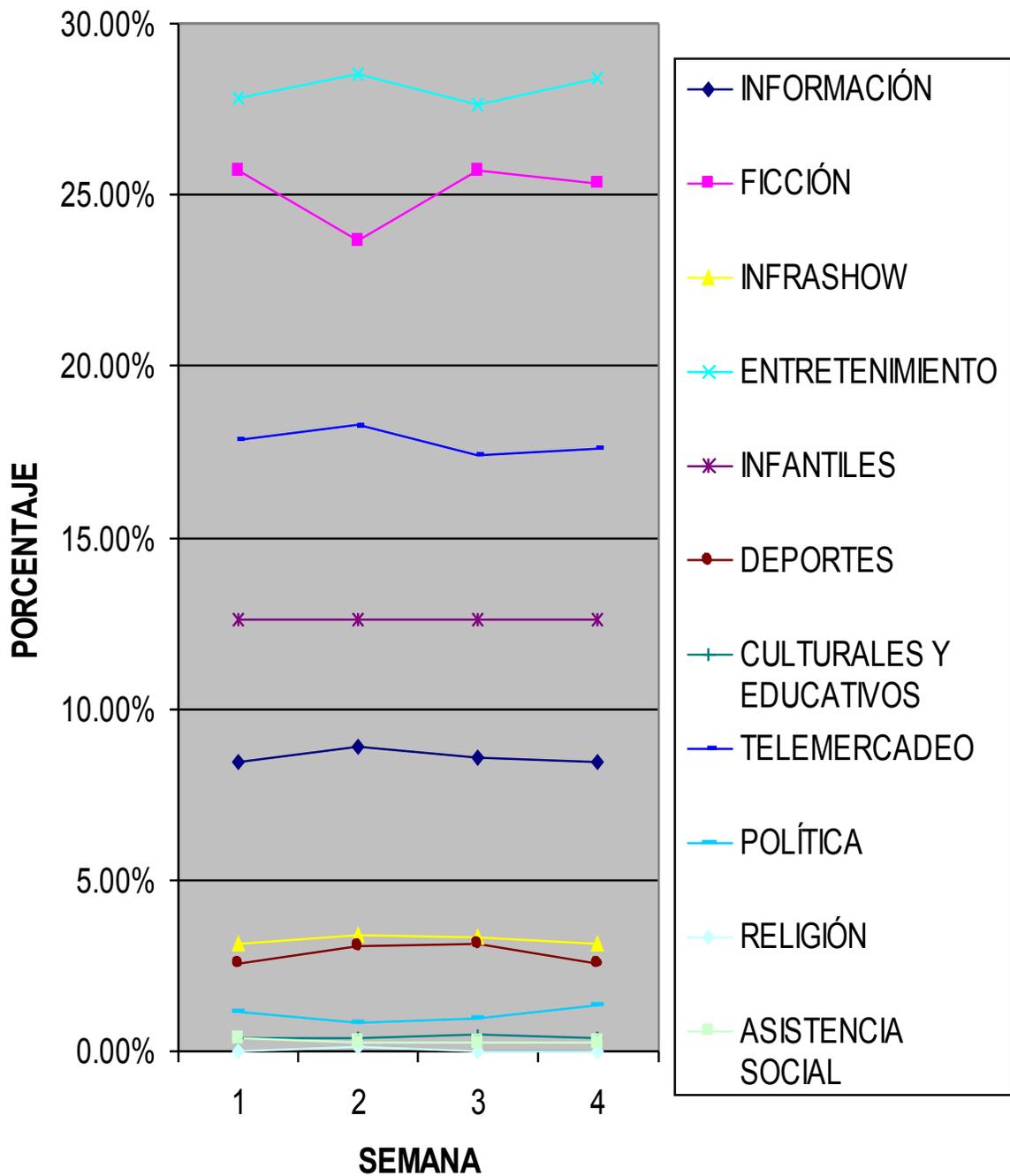
PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DEL MES DE OCTUBRE 2004



PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DEL MES DE ENERO 2005



PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DEL MES DE ABRIL DEL 2006



**PROMEDIO DE LA DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓN, DE
ACUERDO AL CANAL, EN LOS AÑOS 2004, 2005, 2006
CUADRO 1.4**

CANAL 2	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
INFORMACIÓN	20.72%	20.72%	20.72%	20.72%	20.72%	2.30%	
FICCIÓN						18.42%	18.42%
INFRASHOW							
ENTRETENIMIENTO	59.88%	59.88%	59.88%	59.88%	64.48%	50.66%	27.63%
INFANTILES						16.12%	6.90%
DEPORTES	2.30%	2.30%	2.30%	2.30%	2.30%		18.42%
CULTURALES Y EDUCATIVOS		4.62%					4.62%
TELEMERCADERO	13.81%	11.51%	11.51%	11.51%	11.51%	9.21%	11.51%
POLÍTICA	2.30%	2.30%	4.60%	4.60%			
RELIGIÓN							
ASISTENCIA SOCIAL	2.30%	2.30%	2.30%	2.30%	2.30%	2.30%	4.60%

* Datos obtenidos a partir de la programación en este canal, en el periodo comprendido del 2004-2006

PROMEDIO DE LA DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓN, DE ACUERDO AL CANAL, EN LOS AÑOS 2004, 2005, 2006

CUADRO 1.4.1

CANAL 4	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
INFORMACIÓN	21.42%	21.42%	21.42%	21.42%	21.42%	2.38%	11.90%
FICCIÓN	35.71%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	47.61%	35.71%
INFRASHOW						9.52%	19.04%
ENTRETENIMIENTO	23.80%	30.95%	28.57%	23.80%	30.95%	7.14%	
INFANTILES						4.76%	4.76%
DEPORTES	4.76%			4.76%			
CULTURALES Y EDUCATIVOS							
TELEMERCADERO	11.90%	21.42%	11.90%	14.28%	11.90%	21.42%	16.66%
POLÍTICA							
RELIGIÓN							
ASISTENCIA SOCIAL	2.38%	2.38%	2.38%	2.38%	2.38%		

*Datos obtenidos a partir de la programación en este canal, en el periodo comprendido del 2004-2006

PROMEDIO DE LA DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓN, DE ACUERDO AL CANAL, EN LOS AÑOS 2004, 2005, 2006

CUADRO 1.4.2

CANAL 5	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
INFORMACIÓN							
FICCIÓN	30.95%	21.42%	26.19%	21.42%	26.19%	38.09%	57.14%
INFRASHOW			4.76%				
ENTRETENIMIENTO		14.28%		9.52%	4.76%		
INFANTILES	52.38%	47.61%	52.38%	54.76%	50.00%	42.85%	23.80%
DEPORTES							
CULTURALES Y EDUCATIVOS							
TELEMERCADEO	14.28%	23.80%	19.04%	16.66%	14.28%	19.04%	19.04%
POLÍTICA							
RELIGIÓN							
ASISTENCIA SOCIAL	2.38%	2.38%	2.38%	2.38%	2.38%		

*Datos obtenidos a partir de la programación en este canal, en el periodo comprendido del 2004-2006

**PROMEDIO DE LA DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓN, DE
ACUERDO AL CANAL, EN LOS AÑOS 2004, 2005, 2006**

CUADRO 1.4.3

CANAL 9	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
INFORMACIÓN							
FICCIÓN	26.19%	26.19%	30.95%	30.95%	30.95%	11.90%	40.47%
INFRASHOW	9.52%	9.52%	9.52%	9.52%	9.52%	2.38%	
ENTRETENIMIENTO	19.04%	23.80%	19.04%	19.04%	19.04%		
INFANTILES							
DEPORTES						47.61%	21.42%
CULTURALES Y EDUCATIVOS						2.38%	
TELEMERCADEO	35.71%	42.85%	40.47%	40.47%	40.47%	35.71%	38.09%
POLÍTICA							
RELIGIÓN							
ASISTENCIA SOCIAL							

*Datos obtenidos a partir de la programación en este canal, en el periodo comprendido del 2004-2006

CAPITULO 3 “CONCESIONES TELEVISIVAS EN MÉXICO”

3.1 El tema de las concesiones televisivas en México

El nivel de concentración en la televisión mexicana, no sólo en las concesiones sino en las decisiones y en los recursos económicos que tanto la empresa privada como las instancias públicas destinan a la pantalla, revela sin matices que la democratización en este terreno ha sido pospuesta.

Dicho tema se ha convertido en un verdadero problema, las concesiones son otorgadas tanto a Televisa como a TV Azteca con toda la facilidad del mundo tan solo el gobierno de Vicente Fox renovó hasta el 31 de diciembre de 2021 un total de 393 concesiones de televisión operadas por los consorcios TV Azteca y Televisa: la empresa de Ricardo Salinas Pliego fue beneficiada con 169 refrendos, en tanto que la presidida por Emilio Azcárraga Jean obtuvo 224. En la renovación se incluyen los canales que ambas televisoras operan en el Distrito Federal y son cabeza de sus redes nacionales: 2, 4, 5 y 9 de Televisa, y 7 y 13 de TV Azteca. La autorización para seguir operando esas 393 frecuencias fue hecha a cambio de un compromiso por parte de las televisoras para impulsar el desarrollo de la TV digital, innovación tecnológica que según el proyecto dado a conocer por la SCT a través del *Diario Oficial* el pasado 2 de julio deberá estar funcionando al 100 por ciento precisamente en 2021.

La mayoría de las concesiones renovadas no había llegado aún al final de su vigencia: unas concluían en 2006, otras en 2008 y varias más en 2010. Algunas de las concesiones adjudicadas a la empresa Televimex, filial de

Televisa, se encontraban desde hace tiempo en proceso de revisión para determinar su refrendo.

En el caso de TV Azteca, las concesiones fueron refrendadas con fecha 25 de agosto de 2004. Unos días después, el 13 de septiembre, esa televisora difundió un boletín de prensa titulado "TV Azteca define estrategia de transmisión digital" en el que se jactaba de ser "la primera compañía de televisión en México con plan para migrar estaciones de transmisión (digital)", subrayaba su compromiso con el gobierno y aludía a la renovación de concesiones: "La compañía se comprometió ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con la adopción de estándares tecnológicos de televisión digital terrestre conforme a sus concesiones recientemente renovadas". Sin embargo, se abstuvo de especificar cuántas concesiones, cuáles y con qué duración le fueron refrendadas. Por su parte, las concesiones de Televisa adjudicadas a filiales suyas como Televimex y Radiotelevisora de México Norte, entre otras, fueron renovadas en su mayoría con fecha 21 de septiembre de 2004. La empresa no emitió ninguna declaración o información al respecto.

El refrendo de estas 393 concesiones se da en el marco de la "migración" hacia la TV digital, siguiente estadio tecnológico de la televisión abierta en el mundo. El 2 de julio de 2004, la SCT publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el "Acuerdo por el que se Adopta el Estándar Tecnológico de Televisión Digital Terrestre y se establece la Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre en México". En ese documento, la SCT anunció oficialmente que México adopta como norma técnica para conducir su "migración" hacia la TV

digital el sistema estadounidense A/53 desarrollado por el ATSC, sigla en inglés del Comité de Sistemas de Televisión Avanzada (Advanced Television Systems Comitee), un organismo del sector privado constituido en Estados Unidos en 1982 para desarrollar estándares técnicos en materia de TV y al que están adscritos las grandes cadenas de televisión en ese país, varias de las principales empresas de TV por cable, consorcios de la industria electrónica y centros de investigación autónomos o pertenecientes a universidades. Este sistema es norma técnica en Estados Unidos.

El plan para efectuar la transición hacia la TV digital en México es similar al puesto en práctica por Estados Unidos a partir de 1997. La idea es que la introducción se lleve a cabo mediante un procedimiento de transmisión simultánea, el cual consiste en que a cada empresa que opere actualmente un canal de TV le sea otorgado temporalmente, por parte de la SCT, un canal adicional con el objetivo de que la programación se transmita al mismo tiempo, en un canal, con señal analógica y, en el otro, con el sistema digital. De esa forma se iniciará un periodo de transición que, en el caso de México, concluiría en 2021 y durante el cual se produciría el cambio de aparatos receptores por parte de la población, así como la necesaria renovación de equipos por parte de las empresas televisivas. Al término de ese periodo transitorio y una vez que se haya consolidado el cambio del sistema analógico al digital las empresas devolverán a la SCT uno de los dos canales.

El plan incluye seis periodos de tres años cada uno. El primero concluirá en diciembre de 2006 y durante éste la TV digital deberá empezar a ser introducida en el Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, Mexicali,

Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Matamoros y Reynosa. En los siguientes periodos se irán incorporando las televisoras comerciales y culturales de toda la república hasta llegar al trienio final, que irá del 1 de enero de 2019 al 31 de diciembre de 2021, cuando la conversión hacia la TV digital se completaría.

La transición hacia la TV digital representa un proceso largo que exigirá una fuerte inversión de las televisoras (un cálculo extraoficial señala dos mil 500 millones de dólares), la SCT considera justo que éstas cuenten con "seguridad jurídica" para afrontarlo (así se expresa en el "numeral 6" del documento publicado el 2 de julio). De ahí que el gobierno haya establecido en el documento como criterio para la renovación de concesiones que éstas coincidan en su vigencia con el periodo previsto para completar la conversión digital, es decir, el 31 de diciembre de 2021.

"Las televisoras que se adhieran a la política de digitalización de inmediato tendrán el beneficio de la ampliación del refrendo"¹

Para esa fecha ya se habían renovado las concesiones de Televisa y TV Azteca.

El modelo mexicano es el único, a escala internacional, que discrecionalmente permite que un par de empresas puedan concentrar el 80 por ciento de las concesiones. Una tercera o cuarta cadena, de las dimensiones de Televisa y TV Azteca, es prácticamente imposible en las actuales circunstancias. En México, una sola empresa como Televisa opera cuatro redes de televisión nacional. Esto no ocurre ni siquiera en Estados Unidos, donde existe una regla que ordena que ninguna de las cadenas de televisión abierta pueda ostentar

¹ Rodríguez Jorge, Director de Sistemas de Radiodifusión de la SCT, "El Financiero, 7/X/04"

más del 35 por ciento de las concesiones y de la audiencia. A pesar de que existen tres grandes cadenas (ABC, CBS y NBC) eso no ha impedido que otras cadenas compitan por las cuotas del mercado con relativa facilidad, como es el caso de la Fox y el Warner Channel.

CAPITULO 4 “NECESIDAD DE REGULAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

El detonante del debate sobre los medios y sus contenidos en los ámbitos de la autorregulación y la reforma legal fueron los programas denominados *talk shows* que llevaron a la agenda nacional la necesidad de revisar la Ley Federal de Radio y Televisión.

Los puntos de acuerdo presentados por varios congresos locales, diputados federales de la LVII Legislatura, así como las recomendaciones hechas por algunas organizaciones de la sociedad civil azuzaron la discusión sobre el contenido de los medios (**etcétera**, marzo 2001).

Cuatro días después de que Vicente Fox tomara posesión como titular del Ejecutivo, se presentó a los medios y a la opinión pública *La política de comunicación del nuevo gobierno*, la administración foxista reconoció la necesidad de llevar la discusión de los medios a la pista de la reforma legal.

El debate sobre el contenido de los medios y su regulación retornó a la escena pública cuando la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado retomó la discusión que tenía como protagonista a los *talk shows*.

Javier Corral Jurado, presidente de esa comisión del Senado, reiteró al subsecretario de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, José Luís Durán, que si en México se empieza a aplicar la ley vigente en la materia, la primera gran conclusión que vamos a tener enfrente es que es necesario reformarla.

“Los tres aspectos fundamentales que obligan al análisis de la ley: Por la obsolescencia de algunas normas, por los vacíos que contienen y por las enormes diferencias de interpretación de un artículo y otro”¹.

El día 6 de febrero de 2001 hubo un primer encuentro entre el secretario de Gobernación, Santiago Creel, y el subsecretario, José Luis Durán, con el presidente de la CIRT (Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión), Joaquín Vargas. Allí acordaron "sentarse a platicar" sobre los temas de ley.

Vargas Guajardo le puso fecha a la autoevaluación al informar la creación del Consejo de Autorregulación en los primeros días de marzo. Este contaría con la representación de la propia CIRT, así como del Consejo Nacional de la Publicidad, la Asociación a Favor de lo Mejor, la ANUIES, el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria y el Consejo Coordinador Empresarial, el gobierno dio un paso cuando el 8 de febrero anunció su intención de cumplir lo dispuesto por la ley con la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión contemplado en los artículos 90 al 92 de la ley federal en la materia, el cual entraría en funciones a partir del 12 de febrero. Dicho compromiso no fue cumplido. El anunciado Consejo Nacional de Radio y Televisión no fue instalado.

En marzo, los tiempos del gobierno y los empresarios coincidieron, el 5 de marzo se instaló la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de Medios Electrónicos de Comunicación. El objetivo, según el secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, "es lograr, en el ámbito de un absoluto

¹ Corral Jurado Javier, Presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado, 19 de febrero DE 2001

respeto a las libertades y particularmente a la libertad de expresión una relación sana, transparente y responsable entre el gobierno, medios y sociedad".

Los acuerdos tendrían que sustentarse en cinco criterios: garantizar la libertad de expresión; transparentar el otorgamiento de concesiones; contribuir al afianzamiento de la unidad nacional, el enriquecimiento de nuestra cultura y educación; el respeto a los principios humanistas, la dignidad de la persona y la unidad de las familias, el fortalecimiento de las convicciones democráticas y el desarrollo armónico de la ciudadanía.

La mesa fue integrada por: el secretario de Gobernación, Santiago Creel; Guillermo Velasco, representante de la coordinadora general de Comunicación Social y vocera de la Presidencia de la República, Martha Sahagún; Francisco Ortiz Ortiz, coordinador general de Imagen y Opinión Pública; Jorge Álvarez Hoth, subsecretario de Comunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Javier Corral Jurado, presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado; Lionel Funes, presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados; Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT; Francisco Javier Martínez Garza, presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación; Miguel Angel Sánchez Armas, presidente de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C.

Por parte de los partidos políticos, Adriana Delgado (PRI), Diego Fernández de Cevallos (PAN), Enrique Herrera y Carlos Navarrete (PRD), Alejandro García Sáinz (PVEM) y José Narro Céspedes (PT).

4.1 EL CONSEJO DE AUTOREGULACIÓN

El Consejo de Autorregulación tuvo como objetivo según lo dicho el día de su instalación por Joaquín Vargas Guajardo promover el reconocimiento y la observancia de una serie de principios éticos y cívicos para lograr calidad en los contenidos de los programas que se transmiten por la radio y la televisión, para que puedan contribuir de mejor manera a la divulgación y aprecio de los valores éticos y cívicos de la sociedad mexicana.

Para el presidente de la CIRT, Joaquín Vargas Guajardo, se debe mejorar la calidad de los contenidos de programas transmitidos por radio y televisión para que "podamos contribuir de mejor manera a la divulgación de los valores éticos y cívicos de la sociedad mexicana".

"Promover lo mejor de nuestra cultura y nuestra sociedad, a partir del reconocimiento de su diversidad".²

4.1.1 PROPUESTA DE REFORMA

Cámara de Senadores LIX Legislatura

A las comisiones de Gobernación, Estudios Legislativos y Comunicaciones y

² Vargas Guajardo Joaquín, presidente de la CIRT, Diciembre 2004

Transportes de la Honorable Cámara de Senadores del Congreso de la Unión, fue turnada para su estudio y dictamen la iniciativa con proyecto de Decreto de Ley de Radio y Televisión, presentada por los C. Senadores Javier Corral Jurado y Raymundo Cárdenas Hernández a nombre de otros 64 Senadores, en uso de la facultad que les confiere la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el artículo 55 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General.

Por lo anterior, en ejercicio de la facultad conferida por los artículos 86, 94 y demás relativos de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, y 65, 87, 88 y demás aplicables del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General, las comisiones de Gobernación, Estudios Legislativos y Comunicaciones y Transportes; someten a la consideración de esta Honorable Asamblea el Dictamen Correspondiente, de acuerdo a los siguientes:

ANTECEDENTES

Primero.- La Mesa de Dialogo para la Revisión Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos instalada el 5 de marzo de 2001 en la Secretaria de Gobernación, con el objetivo de definir una propuesta de reforma integral de la legislación de los medios electrónicos lo mas acabada y consensuada posible, como producto del dialogo responsable entre los diferentes actores representados entre los que se encontraban el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, los partidos políticos, los empresarios, los permisionarios, la academia y las organizaciones sociales.

En la agenda de trabajo de la Mesa se llegó al acuerdo de no restringirse solo a la revisión de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente ya que en el caso de los medios electrónicos, es inaplazable revisar el marco general que, de manera parcial y segmentada, hoy define las bases de su operación y el propio desarrollo tecnológico de los medios y el cambio operado en la sociedad mexicana que deben ser integrados en la adecuación de las nuevas reglas, así como también poner atención en las formas de supervisión y vigilancia, toda vez que se deben corregir formas discrecionales en la administración y operación de la relación de los medios y el Estado.

En noviembre de 2001, los grupos de trabajo de la Mesa de Dialogo para la Revisión Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos después de más de 65 reuniones, concluyeron la redacción de un documento orientador para la redacción de una iniciativa de ley.

El 10 de octubre de 2002, con los Decretos en materia de radio y televisión que emitió el ejecutivo se violento el objetivo de la Mesa de Dialogo para la Revisión Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos lo que dio fin a los trabajos en la Secretaria de Gobernación y se solicitó la intervención del Senado de la República, una vez que las organizaciones sociales representadas en la Mesa, entregaron su propuesta de iniciativa para que se avanzara en su Dictamen.

Segundo.- El 12 de diciembre de 2002, los Senadores Javier Corral Jurado del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional y el Senador Raymundo Cárdenas Hernández del Partido de la Revolución

Democrática, presentaron el proyecto ciudadano como Iniciativa de Ley Federal de Radio y Televisión.

En la exposición de motivos, exponen que el 4 de diciembre de 2002 la Comisión Especial para la Reforma del Estado y la de Comunicaciones y Transportes recibieron de las organizaciones sociales el citado proyecto que retoma los principales acuerdos y propuestas presentados en la Mesa de Diálogo y reconociendo que no existe en nuestra constitución el derecho de iniciativa para los ciudadanos, algunos legisladores suscribieron la iniciativa y decidieron dar un aval a esa aspiración, manifestando reservas en el contenido.

Se comprometieron a promover la revisión, análisis y modificaciones necesarios, con apertura a todas las personas o grupos interesados y con un sentido plural e incluyente en que se buscara respetar los objetivos fundamentales de la propuesta:

- Dar al estado un proyecto distintivo y sólido en materia de medios de comunicación electrónicos que no privilegie exclusivamente la explotación comercial del espectro, que fortalezca la radio y televisión cultural y educativa.
- Establecer como principios la pluralidad y democracia en el acceso a los medios, contra la concentración y discriminación existente.
- Garantizar el respeto a los derechos humanos de todos los individuos en especial de las minorías y los grupos vulnerables.
- Hacer de los medios de comunicación un factor de cohesión social, un instrumento de educación y de desarrollo.

- Garantizar el ejercicio del derecho a la información y el derecho de réplica.
- Creación de un órgano regulador de este bien público de la Nación, con independencia del poder ejecutivo, que otorgue seguridad y certeza jurídica a los concesionarios, que vigile el respeto de esos derechos, que funja como árbitro y que asegure el cumplimiento de la responsabilidad social que tiene la radio y la televisión.
- Flexibilizar el otorgamiento de permisos de transmisión a organizaciones sin fines lucrativos.
- Precisar la finalidad social de los medio bajo explotación directa del Estado y dotarlos de una estructura orgánica congruente con sus objetivos.
- Estimular la producción nacional y la producción nacional independiente.
- Supervisar el contenido de la programación de las transmisoras.
- Regulación de la propaganda comercial.

Tercero.- El 11 de febrero de 2003 las Comisiones de Estudios Legislativos, de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes acordaron instalar la subcomisión para el estudio, análisis y elaboración del anteproyecto de dictamen de la Iniciativa de Ley Federal de Radio y Televisión, presentada en 12 de diciembre de 2002, ante el Pleno de la Cámara de Senadores.

La subcomisión se integró por los siguientes legisladores:

Por parte de la Comisión de Comunicaciones y Transportes: Héctor Guillermo Osuna Jaime; Moisés Castro Cervantes y Mariano González Zarur

Por parte de la Comisión de Estudios Legislativos: Fidel Herrera Beltrán, Felipe de Jesús Vicencio Álvarez y Demetrio Sodi de la Tijera

Por parte de la Comisión de Gobernación: Rutilio Cruz Escandón Cadenas, Manuel Bartlett Díaz, Javier Corral Jurado y José Guillermo Herrera Mendoza

A su vez se invito a la Comisión Especial para la Reforma del Estado a participar con voz pero sin voto dentro de los trabajos de este órgano legislativo.

Cuarto.- Con el fin de recibir propuestas al proyecto en análisis la subcomisión invitó a representantes de la industria; servidores públicos; especialistas, académicos y a representantes de organizaciones sociales a participar en audiencias públicas conforme al siguiente calendario:

Jueves 13 de marzo: académicos y periodistas

Martes 18 de marzo: organizaciones sociales y gremiales

Jueves 20 de marzo: autoridades

Martes 25 de marzo: empresarios

Quinto.- Simultáneamente se programaron para el mismo fin, foros regionales, a los que fueron invitados representantes de los actores involucrados con la materia en las regiones: estos foros se desarrollaron en las siguientes fechas y regiones:

Distrito Federal, se llevo acabo el 12 de marzo en el piso 5 de la Torre del Caballito ubicada en Reforma # 10. La coordinación de este foro estuvo a cargo del Senador Demetrio Sodi de la Tijera y Javier Corral Jurado.

En Guadalajara, Jalisco, se llevo acabo el 19 de marzo en la Universidad de Guadalajara. Coordinado por el senador Felipe de Jesús Vicencio.

En Mérida Yucatán, el 26 de marzo en la Universidad Autónoma de Yucatán, coordinado por el Senador Eric Rubio Barthell.

En Tijuana, Baja California, el 2 de abril en el Centro Cultural Tijuana, coordinado por el Senador Héctor G. Osuna Jaime.

Sexto. Para el análisis de la iniciativa de ley se consideraron, además de los resultados de las audiencias y los foros citados anteriormente, los resultados de las consultas que previamente se habían realizado en la materia, entre las que destacan los resultados de la Consulta de la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados en 1995.

Octavo. Simultáneamente se incorporó el análisis de las iniciativas de ley que en la misma materia se han presentado ante el Senado de la Republica y que se detallan a continuación.

Noveno. El 4 de octubre de 2001, la Senadora Sara Castellanos Cortes, del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, presentó un Punto de Acuerdo en torno a la calidad de la información proporcionada

por los medios de comunicación masiva sobre los atentados terroristas ocurridos en la Ciudad de Nueva York.

A través del documento se "exhorta a los medios de comunicación a que en el uso de la libertad de expresión, limiten lo más posible todo aquello que pueda configurar un ambiente de psicosis social, de exageración, apología del terrorismo, xenofobia y de guerra con relación a los atentados terroristas sufridos por el pueblo norteamericano en la ciudad de Nueva York y Washington."

Décimo. El 6 de diciembre de 2001, el Senador Wadi Amar Shabshab, del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, presentó una Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se adiciona un segundo párrafo al Artículo 144 de la Ley Federal del Derecho de Autor.

A través de esta iniciativa se manifiesta que "si las obras llegan al público por medios electrónicos en forma gratuita para difundir y elevar su cultura, para mantenerlo informado y llevar un sano esparcimiento, los autores no tienen derecho a recibir de este público una compensación patrimonial adicional, máxime cuando dicha difusión se lleva a cabo de manera simultanea y dentro de la misma área de servicio que le fue concesionada".

Al respecto se manifiesta que no se busca de ninguna manera menoscabar el derecho de los autores y artistas en los privilegios de que gozan en la producción de sus obras, de conformidad con el artículo 28 constitucional y los tratados internacionales cuyo ámbito de competencia es normar el sector a nivel internacional.

Décimo Primero.- El 26 de marzo de 2002, la Senadora Emilia Patricia Gómez Bravo, del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, presentó una Iniciativa con Proyecto de Decreto que reforma y adiciona el Artículo 59-BIS de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Se propone que se adicione el artículo 59 bis a efecto de que la programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá I.-"propiciar el desarrollo armónico, intelectual, cultural y social de la infancia" II.- Estimular la creatividad, la cultura física, el deporte, la integración familiar y la solidaridad humana. III.- Estimular el respeto y la conciencia sobre la flora, la fauna y el medio ambiente, así como la debida información para su protección. VI.- Proporcionar información sobre las enfermedades y su prevención. VII.- Proporcionar información sobre protección contra todo tipo de explotación. VIII.- Difundir, promover y proteger los derechos contemplados en la Ley para la Protección de las Niñas, Niños y Adolescentes.

Así como incluir en dicho artículo que "La programación transmitida por televisión dirigida a los niños, deberá incluir traductores de señas o subtítulos en español".

Decimosegundo. El 28 de noviembre de 2002, la Senadora Lucero Saldaña Pérez, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, presentó una Iniciativa con Proyecto de Decreto que Reforma y Adiciona diversos Artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión.

La Iniciativa propone que la radio y la televisión, a través de sus transmisiones procurarán "fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer y del hombre, y promover la eliminación de toda forma de discriminación por razones de género". Además propone que la propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión "no deberá reproducir estereotipos basados en el género y la presentación de material cuyo mensaje resulte discriminatorio o denigrante para la imagen de mujeres y hombres".

Decimotercero. El 28 de noviembre de 2002, la Senadora Yolanda Eugenia González Hernández, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, presentó, una Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de tiempos de Estado.

La Iniciativa busca revocar el monopolio del Ejecutivo sobre los tiempos de transmisión que los concesionarios de los medios electrónicos están obligados, por ley, a ceder al Estado, "para lo cual es necesario integrar al tiempo oficial en tiempo de estado, o sea, que todos los espacios otorgados por la radio y la televisión correspondan al Estado en su conjunto, para democratizar los beneficios que, hasta el día de hoy, se encuentran sujetos a la voluntad expedita del Poder Ejecutivo".

La reforma propuesta es la siguiente "las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias con duración hasta de 30 minutos, continuos o discontinuos, que corresponderán a los tiempos de Estado. Dichas transmisiones difundirán mensajes con temas informativos, educativos, culturales, cívicos o de orientación social, en un horario

comprendido entre las 6:00 a.m. y las 24:00 p.m. Las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión, conjuntamente con los representantes de los medios electrónicos.

Décimo Cuarto.- El 10 de diciembre de 2002, el Senador Netzahualcóyotl De la Vega García, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, presentó una Iniciativa con Proyecto de Decreto que reforma la Ley Federal de Radio y Televisión.

La Iniciativa propone incorporar a la Ley el reconocimiento explícito de la composición pluricultural de la sociedad mexicana y la responsabilidad de los medios de fortalecer en la conciencia nacional el respeto a la autonomía y libre determinación de los pueblos y comunidades indígenas y de cualesquier otra comunidad de mexicanos que, en sus derechos, organización social, usos y costumbres sea equiparable a aquéllas.

Hacer explícito el derecho de los pueblos y comunidades indígenas para adquirir, operar y administrar medios de comunicación propios. Establecer la obligatoriedad de las autoridades de incluir regularmente en los programas de divulgación que se elaboren con fines de orientación social, cultural y cívica, materiales informativos sobre usos, costumbres, conocimientos y todos los elementos que constituyen la cultura e identidad de las comunidades y pueblos indígenas.

Incorporar, como norma para los medios de comunicación, el texto del tercer párrafo del artículo primero constitucional que prohíbe "toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las capacidades

diferentes, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas".

Propone crear un nuevo artículo, en el que, explícitamente se ordene a los medios evitar en su programación toda expresión ofensiva para los pueblos, comunidades o personas indígenas, toda exaltación a diferencias raciales en detrimento de los indígenas y toda manifestación directa o indirecta que aliente la segregación racial o los conflictos étnicos en el país. Incluir las sanciones respectivas en caso de incumplimiento.

Reformar la Ley de tal forma que las difusoras, sean concesionarias, permisionarias y, especialmente, aquellas que operen y administren los pueblos y comunidades indígenas, además del español, puedan realizar sus transmisiones en lenguas indígenas, sin necesidad de contar con la autorización especial de la Secretaría de Gobernación.

Décimo Quinto. El 27 de marzo de 2003, la Senadora Susana Stephenson Pérez, del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, presentó una Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan los artículos 59 BIS y 63 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

La Iniciativa propone incorporar al artículo 59 bis que trata de la programación General dirigida a la población infantil que transmiten las estaciones de radio y televisión una fracción nueva que indique que estas deberán "Promover la

tolerancia y el respeto hacia toda la diversidad de pensamiento de la sociedad; e igualdad y equidad de género en las relaciones entre hombres y mujeres"

Así como al artículo 63 prohibiendo las transmisiones que" induzcan a la marginación por razón de edad, embarazo, estado civil, raza, idioma, ideología, orientación sexual, color de piel, nacionalidad, origen o posición social, trabajo o profesión, posición económica, carácter físico, discapacidad o estado de salud".

El objetivo fundamental que se persigue al crear la nueva figura de Medios de Estado, es ordenar a todas las estaciones de radio y televisión que operan los gobiernos bajo una misma situación jurídica, con las mismas condiciones de operación, fines, derechos y obligaciones; y así superar lo que en los hechos se ha venido dando en un esquema donde los gobiernos operan indistintamente concesiones y permisos bajo condiciones, finalidades y requisitos indistintos.

Para garantizar el respeto a la libertad de expresión la regulación propuesta en materia de programación elimina todo tipo revisión de los contenidos de manera previa a su transmisión y no establece ningún requisito de autorización para la transmisión más los que prevén otras leyes en materia de publicidad para proteger la salud y los derechos de los consumidores. La autoridad solamente emite los lineamientos de clasificación, programación y horarios de transmisión a la que deben sujetarse los medios.

Sin embargo el proyecto de Decreto de Ley de Radio y Televisión, presentada por los C. Senadores Javier Corral Jurado y Raymundo Cárdenas Hernández a

nombre de otros 64 Senadores, no fue apoyada y mucho menos aprobada, dando paso en el 2005 a la llamada Ley Televisa.

4.1.2 LA REFORMA Y LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

En materia de Tiempos de Estado se proponía incrementa de 30 a 60 minutos diarios el tiempo que los prestadores del servicio de radio y televisión abierta deberán poner a disposición del Estado. Este tiempo sería utilizado por los diversos órganos que integran al Estado mexicano para la difusión de campañas de interés público, temas educativos, culturales de orientación social e información de interés público. En realidad no se trata de un incremento de 30 minutos si se considera la derogación de las disposiciones que establecen "el tiempo fiscal", que a la fecha establece 18 minutos para la televisión y 35 minutos para la radio.

La función que juegan la radio y televisión en las democracias modernas como espacio importantísimo de las campañas políticas y la posibilidad que tienen los medios de comunicación de orientar las preferencias electorales, como ya lo hemos visto, hacen indispensable establecer medidas específicas que regulen la propaganda electoral que se transmite en la radio y televisión. En este contexto, es obligación del legislador establecer preceptos legales que garanticen la equidad en el desarrollo de la contienda política en la radio y televisión y preserven el derecho de los electores a conocer las distintas ofertas partidistas.

Lo cierto es que no puede haber equidad cuando la propaganda electoral transmitida a través de los medios masivos se encuentra reservada, en los hechos, para aquellos actores políticos con capacidad de hacer uso de importantes recursos financieros, o cuando las emisoras dan un trato discrecional en sus tiempos publicitarios a partidos y/o candidatos en menoscabo de otros contendientes y de los propios derechos políticos de los ciudadanos.

Si bien es materia de las leyes electorales establecer el grueso de las disposiciones para garantizar la equidad en el proceso electoral, el legislador puede contribuir desde la Ley Federal de Radio y Televisión, para que los prestadores del servicio de radio y televisión respeten el principio constitucional de equidad en sus espacios publicitarios y para mantener a la radio y televisión al margen de la disputa electoral. En este sentido, no debemos olvidar que en el ámbito internacional las legislaciones en materia de medios de España, Portugal, Reino Unido, Francia y Canadá contienen disposiciones que prohíben o limitan la compra de tiempos de publicidad política en los medios, como una medida esencial para el funcionamiento de su sistema democrático.

Por todo lo anterior el dictamen señala que tratándose de propaganda electoral la radio y televisión sólo podrán transmitir la que sea contratada por los órganos electorales, con el fin de garantizar que los prestadores del servicio no participarán de la disputa política favoreciendo con tiempos o tarifas a partidos políticos o candidatos específicos. Esta disposición está orientada específicamente a los prestadores de la radio y televisión, se refiere sólo al

modelo de medios de comunicación que queremos, por lo que no invade el sistema electoral y de partidos.

4.1.3 LA LLAMADA LEY TELEVISIVA

El 1 de diciembre de 2005, cuando la Cámara baja aprobó por unanimidad, y en sólo siete minutos, la propuesta de reforma a la Ley de Radio y Televisión que presentó el legislador del PRI, Miguel Lucero Palma, a quien no se le conoce experiencia alguna en temas de comunicación.

El propio coordinador de la fracción parlamentaria del PRD, Pablo Gómez, quien solicitara a la mesa directiva de la Cámara que se dispensara la lectura a la minuta de reforma, para ser aprobada ahí mismo, en ese mismo instante. Y así lo hicieron los diputados, quienes en sólo siete minutos aprobaron por unanimidad la reforma a la Ley de Radio y Televisión, para turnarla lo más pronto posible al Senado de la República.

La Comisión Federal de Competencia adujo que el dictamen de los diputados “No contempla temas de fondo que deben ser tomados en cuenta para modernizar el régimen jurídico de la radio y la televisión”.

Cuestionó que no se hubiera tomado en cuenta a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión. Sostuvo que con la iniciativa no se evitan fenómenos de concentración en la asignación del espectro radioeléctrico.

Y recomendó revisar el marco regulatorio en materia de contenidos. Luego se sumarían a las demandas de cambios a la iniciativa la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (Canitec), la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), académicos, especialistas y medios. Rogelio Azcárraga, del poderoso Grupo Radio Fórmula, llegó a decir que detrás de las reformas a la ley estarían “fuerzas poderosas que por sobre las prácticas democráticas parlamentarias presionan y obtienen resultados peligrosamente nocivos” para diversos sectores de la sociedad.

El 22 de febrero, el Presidente de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), Jorge Arredondo Martínez, presentó a los senadores los argumentos para rechazar la minuta y alertó que se trataba de un retroceso en materia de comunicaciones, debido a que no se podría regular la programación y los contenidos de los concesionarios de telecomunicaciones que presten servicios de radio y televisión.

Los especialistas aprovecharon las mesas para denunciar que las modificaciones a la Ley de Radio y Televisión se basaban en el plan de negocios de la empresa Televisa, por lo que la denominaron “Ley Televisa”.

Presentaron uno a uno los elementos para demostrar que la minuta fue redactada por asesores de la empresa de Emilio Azcárraga y no por el diputado priísta Miguel Lucero Palma.

En las mesas de debate participaron también Leonardo Ramos Mateos, director de Proyectos de Alta Tecnología de Televisa; y Javier Tejado, asesor jurídico de Televisa, quienes defendieron con todo la reforma en los términos aprobados por la Cámara de Diputados.

Expertos en la materia, como Raúl Trejo Delarbre, manifestaron que la ley representaría un negocio de miles de millones de dólares para las televisoras mexicanas, debido a que serían los dueños del espectro radioeléctrico. Y puso como ejemplo que tan solo hace ocho años, el gobierno federal subastó una porción del espectro, donde a un solo megahertz le puso un valor de cinco millones de dólares. Reveló que actualmente Televisa posee un total de 3,100 megahertz.

Pero alertó que con las reformas Televisa podrá triplicar incluso se espectro sin necesidad de pagar un peso más. De ese tamaño, dijo, es el negocio.

Los emporios televisivos de Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego pusieron en marcha una serie de presiones contra los propietarios de la televisión de

paga y pequeños radiodifusores en el país, quienes habían manifestado abiertamente su rechazo a la llamada “Ley Televisa”.

Los llamados “cableteros” denunciaron que los dos monopolios televisivos los amenazaron con sacar de su programación los canales 2, 4, 5 y 9 de Televisa y 7 y 13 de TV Azteca, los cuales sirven como ancla en la televisión de paga. La estrategia que aplicaron las dos televisoras surtió efecto debido a que la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable prefirió cerrar el debate y no volvió a hablar del tema.

A pesar de las protestas y la oposición de un grupo de senadores, encabezados por Javier Corral, del PAN; Manuel Bartlett, del PRI, y Raúl Ojeda, del PRD, la Ley Televisa entró al pleno del Senado el jueves 30 de marzo a las dos de la tarde.

LEY TELEVISA

1) El presidente de la República ya no será el que defina a quiénes se les otorgan concesiones de radio y televisión. Con ello, las concesiones públicas pasarán a ser, prácticamente, propiedad de los dueños de los medios, al asegurarse la renovación gratuita y casi indefinida de los títulos de concesión.

2) Con la nueva ley, las televisoras podrán ampliar de facto su capacidad de difusión, sin tener que pagarle al Estado ni un centavo más por ello, pues el proceso de digitalización les dará automáticamente esa mayor amplitud.

3) Para nuevas concesiones, los solicitantes deberán participar, obligatoriamente, en un concurso de licitación. Es decir, cada concesión podrá ganarla el que tenga y ofrezca más dinero. Lo que favorece una competencia desleal y a favor de los grandes monopolios, como Televisa y TV Azteca.

4) La nueva ley deja fuera de la competencia a los medios electrónicos públicos, sociales y educativos, que al actuar como permisionarios tendrán vetada su conversión analógica a digital. Con esta medida se pone en riesgo la existencia de espacios de televisión como Canal 11 y Canal 22, y radiodifusoras como Radio UNAM, Radio Educación y todas las radios públicas y comunitarias.

5) Disminuyen las facultades de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, órgano que se encargaría de regular a la industria de la radio y televisión. Ya no podrá sancionar ni auditar a las empresas de radio y televisión, por lo que, en los hechos, pasará a ser un mero observador. Más aun, la ley no establece criterios ni requisitos suficientes que aseguren la imparcialidad de los consejeros de Cofetel, por lo que nada impide que este pueda integrarse por personas ligadas a alguna de las empresas televisivas o de radio.

6) Queda fuera la propuesta en la cual el IFE podía contratar los espacios para que no se dieran tarifas diferenciadas durante las elecciones, así como su fiscalización.

7) La nueva ley no incluye el derecho de réplica para los ciudadanos ni las organizaciones de la sociedad.

8) Las televisoras seguirán ejerciendo a su libre albedrío e intereses los contenidos de su programación, sin derecho alguno para que los ciudadanos y televidentes puedan influir en lo que ven.

CONCLUSIONES

El estudio de los medios de comunicación en América Latina, si bien reciente, ha avanzado con lentitud en la exploración de vertientes capaces de rescatar la complejidad, al mismo tiempo que la especificidad, de los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas.

El estudio de los medios de comunicación desde el enfoque de la sociología de la comunicación permite reconocer la complejidad de los procesos en virtud de los cuales los medios de comunicación actúan para reforzar, propiciar o reorientar comportamientos específicos en grupos sociales.

La interrelación entre los medios de comunicación y los asuntos públicos, especialmente políticos, plantea nuevas vertientes a la sociología de la comunicación. Ya no se trata sólo de diagnosticar efectos, sino de entender motivaciones y posibilidades de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación aunque hay sus excepciones, están obstaculizando el desarrollo intelectual de los individuos y de la sociedad en su conjunto al pretender imponer una cultura global, en donde dictan qué y cómo pensar, sentir y actuar.

En el caso mexicano, el duopolio televisivo, hace y deshace a su gusto y conveniencia, crea y destruye actores sociales, políticos, entorpece y obstaculiza las Reformas que pretenden regular sus acciones al proponer una revisión a los contenidos televisivos, tanto Televisa como TV Azteca impulsaron y apoyaron la llamada Ley Televisa, la cual fue presentada el 1 de Diciembre del 2005 por Miguel Lucero Palma legislador del PRI, ante la Cámara baja, misma fecha en la que fue aprobada y enviada al Senado de la Republica, en los meses siguientes las protestas contra dicha ley no se hicieron esperar, mas

sin embargo, el poder y la influencia del duopolio televisivo mexicano, fue más fuerte y lograron pasar dicha ley, misma que se les otorga amplia libertad para programar lo que mejor les parezca sin importar el contenido, los cuales carecen de finalidad educativa o cultural, el cual ha sido el punto de interés en el desarrollo de este trabajo.

El proyecto televisivo de la empresa Televisa se dirige a las grandes masas, y colabora en la destrucción de la conciencia y encarece el intelecto de sus seguidores.

A diferencia de otros modelos televisivos, en México no hay lugar para que la producción independiente (universitaria, social, comunitaria o de pequeñas empresas regionales y locales) tenga acceso a la televisión abierta. Las dos grandes cadenas concentran la producción televisiva y sus productos son de una calidad ínfima.

El objetivo fundamental de la propuesta de reforma para regular los medios presentada por Javier Corral Jurado era dar transparencia, seguridad jurídica, igualdad y publicidad a los procesos de otorgamiento de concesiones, pues se trata de un procedimiento que por su relevancia económica y política debe contar con absoluta claridad y estar lejos de cualquier manejo oscuro. El procedimiento que establece la ley vigente no cumple con ninguno de estos objetivos al dejar a la entera discrecionalidad del "libre juicio" de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la decisión final de a quién se otorgan las concesiones.

Dicha propuesta de reforma dañaba considerablemente los intereses de la radio y la televisión, sobre todo en la reducción de dineros que estos recibirían

por la publicidad electoral, más sin embargo, el problema no es que los grandes consorcios dejen de recibir las millonarias cantidades de dinero de los partidos políticos para las campañas, porque dicho dinero de todos modos lo van a gastar los partidos, ya sea en agencias de publicidad o en productoras de televisión, el punto central de una propuesta como está, radica en la existencia de una programación que transmita valores, que difunda la cultura y la educación, que ayude a pensar, es decir utilizar a los medios para difundir, ideas, programas y propuestas que contribuyan en la construcción de un país de primer mundo.

Los medios se niegan a transmitir modelos alternativos, a final de cuentas la propuesta de reforma se vino abajo, para dar paso mas adelante a la ley Televisa y los consorcios ganaron, ya que ninguno de los partidos estuvo dispuesto a enfrentar a los medios en un año preelectoral ya que todos conocemos el poder que los medios a través de los años han adquirido y sobre todo la influencia que estos tienen sobre la sociedad.

En general los dueños de los grandes consorcios son un poder táctico de tendencia neoliberal, los cuales se guían única y exclusivamente por las leyes del mercado, sin importarles que su programación le deje muy poquito a los mexicanos, mientras que a ellos le deja mucho, muchísimo dinero, es decir no existe un proyecto cultural televisivo guiado y fomentado en el mejoramiento de la sociedad mexicana, lo que existe es un gran negocio, al cual aun le queda mucho por explotar, tal es el caso de la televisión digital.

Es innegable la relación que existe entre la televisión y el desarrollo, podemos decir que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles

económicos, políticos, culturales, psíquicos y espirituales de la vida de los individuos o de la población, cuestiones en las que distinguir que la televisión mexicana no contribuye mucho, mas sin embargo, las mas importantes televisoras del país, han impulsado cada una por su lado, distintos programas de apoyo a la población, por parte de TV Azteca esta la llamada Fundación Azteca, y por parte de Televisa se encuentra Fundación Televisa, ambas colaboran con distintas acciones a la educación, fomentan la donación de órganos, los valores éticos y familiares, el cuidado a la naturaleza, etc.

Pero por otra parte dentro de su programación cotidiana dichos valores quedan desplazados para dar paso a programas que les dejan mucho dinero a ellos y muy poco a la población.

La interacción entre política y medios de comunicación, es tan evidente como intensa en nuestros días. Una y otros, se complementan e incluso llegan a sustituirse. Los espacios privilegiados de los partidos y los dirigentes políticos para el proselitismo y el afianzamiento de sus posiciones en las sociedades modernas, son sin lugar a dudas los medios de comunicación.

Aunado a lo anterior se encuentra el tema político, que como ya lo hemos visto en estas últimas elecciones del 2 de julio y en las del 2000, los medios masivos de comunicación, en especifico la televisión influyen en gran medida en la inclinación de los ciudadanos por tal o cual candidato, basándose en el derecho de expresión orientan el voto hacia quien para ellos es la mejor opción.

La Reforma de Ley aprobada este año fue diseñada con la finalidad de cuidar y mantener de los intereses de los dos grandes consorcios televisivos del país,

dejando de lado las mejorías que son tan necesarias para a través de la televisión incrementar la cultura y la educación de nuestra sociedad.

Para lograr el desarrollo de nuestro país, más que producir y distribuir grandes torrentes de información y entretenimiento sobre nuestros sentidos, que lo que ocasionan es el embrutecimiento y la enajenación de los mismos, se debe elaborar una jerarquía de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento y desarrollo que encara nuestra sociedad .

BIBLIOGRAFÍA

Aguaded, José Ignacio, "Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva", Barcelona: Paidós Ibérica, c1999, 330 p.

Colombo, Furio, "Televisión: La realidad como espectáculo", Barcelona : G. gili, 1976, 107 p.

García Canclini, Néstor, "Políticas culturales en América latina", México: Grijalbo, 1987, 217 p

Giroux, Henry A. "Cultura política y práctica educativa", Barcelona: Grao, 2001,141p

Holzer, Horst, "Sociología de la comunicación", Madrid: Akal, 1978, 156p

Lucas Marín, Antonio, "Sociología de la comunicación", Madrid: Trotta, 1999, 276p

Matterland, Armand, "La televisión alternativa", España: Anagrama, 1981,127p

Mcquail, Denis, "Sociología de la comunicación de masas", Buenos Aires: Paidós, 1976, 165p

Mcquail, Denis, "Sociología de los medios masivos de comunicación", Buenos Aires: Paidós, 1972, 165 p

Mejía Prieto, Jorge," Historia de la radio y la televisión en México.", México: Asociados., 1972, 322 p.

Moragas Spa, Miguel, "Sociología de la comunicación de masas", Barcelona: G. Pili, 1985,207p

Morduchowicz, Roxana, "El capital cultural de los jóvenes", Buenos Aires; México: Fondo de cultura economiza, 2004, 97p

Orozco Gómez, Guillermo, “El mensaje de la televisión mexicana en los noventas: un análisis axiológico de la programación de los canales 2,5,9,11 y 13”, Mexico : Universidad Iberoamericana, Dirección de Investigación y Postgrado, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Practicas Sociales, 1993, 60 p

Richeri, Giuseppe, “La televisión: Entre servicio publico y negocio : Estudios sobre la transformación televisiva en Europa occidental”, México : G. gili, 1983, 492 p

Rodríguez Pastoriza, Francisco, “Cultura y televisión: una relación de conflicto”, Barcelona: Gedisa, 2003, 205 p.

Sartori, Giovanni, “Homo videns: la sociedad teledirigida”, Madrid: Taurus, 1998, 159 p

Subirats, Eduardo, “Culturas virtuales”, México: Coyoacan, 2001, 172p