

Después de dar dos veces la vuelta al mundo y recorrer 150 mil kilómetros para efectuar un estudio relativo a la televisión en veinte países, Richard Cawston de la BBC de Londres llegó a las siguientes conclusiones:

- a) La propaganda comercial, la búsqueda de prestigio político y el entretenimiento barato **son los** objetivos a cuya realización está orientada la televisión en el mundo;
- b) Con muy contadas excepciones, la escena televisiva mundial está dominada por películas y series filmadas norteamericanas;
- c) El grueso de la televisión en el mundo continuará financiado por intereses comerciales, por gobiernos o por una combinación de ambos.

Desafortunadamente los intereses comerciales seguirán recurriendo al entretenimiento burdo y barato, mientras que el principal interés de los gobiernos será la propaganda y la búsqueda de prestigio.¹

En nuestro país, México, la primera emisión de televisión se inició a las 20:30 horas de un 7 de septiembre de 1946 y consistió de una entrevista hecha al director de telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicación y Obras Públicas.

En 1940, con motivo de una muestra de realizaciones nacionales denominada "Exposición Objetiva Presidencial" —montada en el viejo Estadio Nacional—, se transmitieron durante el mes de septiembre programas diarios desde el edificio de la SCOP. Lo mismo ocurrió en el mismo mes del año siguiente.

El 1º de septiembre de 1950 se tiene como el día del nacimiento oficial de la televisión en México. El canal 4, XHTV, concesionado a una empresa comercial

¹ Richard Cawston, *Televisión —a World Picture in the Light. Art*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1962, p. 6 y ss.

denominada Televisión de México, S. A., con un estudio en el edificio de la Lotería Nacional, transmitió el cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán.

Unos seis meses más tarde, el 21 de marzo de 1951, salió al aire el canal 2, y le siguieron sucesivamente el canal 5, el 20 de marzo de 1954; el canal 11, el 15 de diciembre de 1958; el 13 y el 8 coinciden en iniciar sus transmisiones el mismo día —comienzo de las olimpiadas mexicanas—, 12 de octubre de 1968.

A 27 años de su inicio, el estado que guarda la televisión en México es susceptible de apreciarse a través de las descripciones que de él hacen:

Enrique González Pedrero, segundo director del Canal 13, ya estatal, dice:

En México, el Sistema Nacional de Televisión (SNT) —integrado por cuatro canales de la televisión privada y por el Canal 11 del Instituto Politécnico y el Canal 13 del Estado— cubre irregularmente el territorio del país. Los objetivos comerciales concentran la transmisión televisada en las regiones más densamente pobladas que aseguran un mayor potencial de consumo. La programación se orienta hacia la diversión de alto rendimiento publicitario. Los programas dedicados a la cultura y a la educación no tienen la incidencia deseable sobre el público, debido a los horarios que les son asignados y a la escasa cobertura de los canales que los transmite. Debido a la mayor cobertura y al número de canales con que cuenta la televisión privada, ésta ha sido hasta ahora el factor esencial en la conformación del SNT.²

Raúl Cremoux, profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y estudioso de la comunicación, menciona:

Canal 2 ha obtenido una cincuentena de concesiones que despiertan el apetito a los grandes anunciadores para invitar al consumo de sus productos en las principales poblaciones del territorio nacional. Su programación se basa en argumentar que el público es el responsable de la misma. Canal 4 se ha convertido en una mediocre sala de cine cuya selección de películas se inclina por todos aquellos títulos y personajes que han caracterizado el declive del cine nacional. Canal 5 es una emisora que con legítimo orgullo podría estar en Kansas, Seattle o Massachusetts. El público deseoso de adquirir las maneras y formas del *american way of life*, obtiene a domicilio inmersiones profundas que lo capacitan con rapidez en los quehaceres de la violencia, el placer, la mentira y la comodidad, así como el crimen justificado en la defensa de sus enseres materiales. Canal 8 ha decidido entrar en competencia frontal con sus vecinos del Canal 2. Para ello ha optado dar la batalla con las mismas armas que la inteligencia consideraba como propias del exmonopolio. (Cremoux escribe en marzo de 1972. Poco tiempo después la “batalla” del 8 derrotó sus propósitos, pues fue absorbido por Telesistema y se constituye Televisa. La competencia frontal desquició el mercado del talento

² Enrique González Pedrero, “Televisión Pública y Sociedad”, en *Nueva Política* “Estado y la televisión”, México, vol. 1, núm. 3, julio-septiembre, 1976, pp. 181 y ss.

artístico y de publicidad, justificación más que adecuada para la vuelta al monopolio). Canal 11, único que lucha, aunque con desventaja, por darle a la difusión televisada la altura y dignidad que merece. Los obstáculos técnicos, la nula planeación, el mínimo presupuesto asignado y el fardo del burocratismo le impiden crecer y ofrecer la programación necesaria para satisfacer al público. Canal 13, ubicado inicialmente en la obsesión de vivir en el pasado, adquirió series extranjeras que en la década de los cincuenta generaron en el público la expectativa del entretenimiento, la vacuidad y lo estereotipado. Hoy, adquirido por la empresa estatal SOMEX, comienza a introducir emisiones que apuntan respeto y cierta calidad.³

Por último, Miguel Alemán Velasco, vicepresidente de Televisión Vía Satélite, S. A. (Televisa), refiere:

... reconocemos que nuestra televisión, a un cuarto de siglo de su nacimiento, apenas cubre el 40 por ciento del territorio nacional, con la agravante que la señal siempre se genera desde el centro político, económico y cultural del país. En México se ha encontrado una fórmula original que ha demostrado ser eficiente... (y) simple: estaciones del Estado y estaciones privadas; además el Estado se reserva el 12.5% del tiempo de las estaciones comerciales. En el desarrollo de esta modalidad, se ha llegado a un sistema que ha sido calificado por autoridades mundiales en la materia como “el más armónico y adecuado para un país del Tercer Mundo en vías de desarrollo”. Puede resumirse así: aceptación plena de la función social de la televisión, llamada a divertir, informar y educar en un justo equilibrio a todos los sectores de la población. Para lograrlo se armoniza el trabajo de los canales... Así, el Canal 4 se dedica a incrementar la comunicación e intercomunicación entre los sectores urbanos populares del área metropolitana del Valle de México; el Canal 2 se ocupa de satisfacer las exigencias y necesidades de las clases medias con apego a los tradicionales valores de la familia; el Canal 5 se mantiene en un nivel de interés global, con una característica que podría resumirse diciendo que busca ser una ventana al mundo; el canal 8 cumple la misión trascendental de retroalimentar al país en general desde la provincia: todos los estados están presentes en él, asumen su posición en menoscabo del centralismo asfixiante; el canal 13 define sus funciones desde un nivel cultural, en satisfacción de las necesidades de los sectores intelectuales y artísticos; el canal 11, abocado a transmisiones educativas, cierra la fórmula de vasos comunicantes que permite abarcar los más diferentes sectores de población.

La función teórica que se reserva el Estado, con el 12.5% del tiempo total de transmisión de los canales, es la de comunicarse con los gobernados. La pluralidad de la televisión mexicana puede sintetizarse diciendo que el Canal 2 permite una comunicación nacional; el 4 la urbana; el Canal 5 la mundial; el Canal 8 la

³ Raúl Cremoux, *Excelsior*, marzo 7 de 1972.

retroalimentación nacional; el Canal 11 la educativa; el Canal 13 la cultural. Y el 12.5% del tiempo que al Estado le reserva la ley en los canales está teóricamente dedicado a las necesidades de comunicación de los gobernantes con la opinión pública.⁴

Se escapa a esta última descripción el hecho que operan en el Distrito Federal 3 servicios de televisión por cable manejados directamente por Televisa: dos que reproducen la programación de igual número de cadenas de televisión norteamericana —CBS y ABC—, más uno de emplazamiento fijo a información diversa sobre tiempo, temperaturas, hora y despachos noticiosos. La televisión por cable en México no está encuadrada hasta la fecha en ningún marco jurídico relativo a la radio y televisión.

En pocas palabras, baste decir que en “el sistema” —como lo denomina González Pedrero— o en “la fórmula” —como la llama Alemán Velasco— están involucrados 89 canales de televisión, incluidos los correspondientes a repetidoras y los 6 que operan en el Distrito Federal; 800 horas —aproximadamente— diarias de transmisión y 4 millones 900 mil telehogares, equivalentes a casi 26 millones de personas, más 100 horas correspondientes al tiempo fiscal, conocido como el 12.5 por ciento. (Tiempo del que dispone el Estado con motivo de la opción que se brinda a los concesionarios entre pagar en efectivo el 25 por ciento sobre los pagos que realicen o cubrir ese gravamen poniendo a disposición del Estado el 12.5 por ciento del tiempo de sus transmisiones.)

Hasta el 30 de noviembre de 1976 operaban en el país 85 televisoras comerciales y 4 culturales, estas últimas ubicadas en Baja California Norte, el Distrito Federal, Nuevo León y Sonora.⁵

El canal 2 de Televisa cuenta con 53 canales y repetidoras en el país, con un auditorio potencial de 25 millones de personas.⁶ El 5 aparece con 19 —según el directorio de medios de 1974. El 8 con igual número, según la misma fuente. Por su parte, el canal 13 cubre el país con 27 repetidoras y retransmisoras que reparten su señal en 3 millones 800 mil telehogares.⁷ XHIPN no tiene repetidoras y funciona sólo con el canal 11 en el Distrito Federal.

Se estima que el gasto publicitario manejado por agencia es del orden de unos 5 000 millones de pesos anualmente, de los cuales unos 2 500 millones se canalizan a la televisión. De ese gasto, el canal 13 captó un promedio anual de 32 millones de pesos de 1973 a la segunda quincena de junio de 1976. En 1977 la captación del 13 ascendió a casi 160 millones de pesos. Canal 11 no comercializa.

No se tienen datos sobre el presupuesto de egresos consolidado de Televisa. El de canal 13 se eleva aproximadamente a 480 millones de pesos anuales, incluido el pasivo. El de operación es de 244 millones.⁸ El canal 11 obtiene ingresos de la

⁴ Miguel Alemán Velasco, “El Estado y la Televisión”, en *Nueva Política*, op. cit., pp. 193 y ss.

⁵ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Subsecretaría de Radiodifusión, *Memoria 1970-1976*.

⁶ *Teleguía*, marzo 21, 1976.

⁷ El Estado en la Televisión, una experiencia mexicana. Canal 13.

⁸ Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, *Directorio de Televisoras*, datos preparados por canal

Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas, del Instituto Politécnico Nacional, y de la Secretaría de Educación. Su gasto corriente asciende a 40 millones de pesos anuales.

Víctor Manuel Bernal Sahagún informa:

En una semana promedio los canales de televisión de la ciudad de México... transmiten alrededor de unas 365 horas, de las cuales 156 están constituidas por películas, caricaturas, documentales y series filmadas en el extranjero (no es preciso decir el país de origen); 37 horas y media se dedican a la exhibición de películas y documentales mexicanos; 88 horas a “humorismo”, telenovelas y otros programas nacionales en vivo; 47 horas a entrevistas y noticieros; 13 horas y media a deportes, comerciales, y 19 horas 30 minutos a programas culturales y educativos, debiéndose tomar esta última clasificación con reservas, ya que corresponden a una “cultura” y “educación” dirigidas a preservar el sistema. Y la programación del canal estatal (13) sigue cuidadosamente los mismos patrones: de 75 a 80 horas semanarias de transmisión, dedica 20 a películas y documentales extranjeros; 18 a noticieros y entrevistas; 11 a cine y documentales nacionales; 10 a programas musicales; 11 a deportes —la mayoría de Estados Unidos de Norteamérica—, y el resto a programas para niños.⁹

Para utilizar el “tiempo fiscal” el 21 de agosto de 1969 se constituyó la Comisión de Radiodifusión. En 1974 la Subsecretaría de Radiodifusión se condolía de que

el Canal 2 debiendo entregar 19 776 minutos, sólo entregó 5 828. El canal 4 debiendo transmitir 13 104 minutos, transmitió solamente 1 301. El canal 5 debió transmitir 16 640, pero sólo pasó 3 061. Finalmente el canal 8 de 14 424 minutos pasó únicamente 1 683.¹⁰

Ocurría que el instrumento jurídico ya se había dado, pero el instrumento de producción no existía. “Sólo se disponía de un estudio de cuarenta metros cuadrados, una unidad móvil.”¹¹ Pero el 2 de diciembre de 1974 se inauguraron los Estudios de Televisión de Churubusco, “que pueden ser considerados de la más alta jerarquía en toda Latinoamérica”.¹² De un estudio de no más de cuarenta metros cuadrados, se pasó a 2 000 metros cuadrados de estudios, que ascienden a 7 000 “si se consideran sus oficinas y anexos”.

Además de los Estudios de Churubusco, se equipó también el segundo piso de la Torre Central de Telecomunicaciones con cuatro máquinas de videotape, telecine, dos cámaras, iluminación, sistemas de audio y video, un centro de copiado de

⁹ Víctor M. Bernal Sahagún, *Anatomía de la publicidad en México*, México, Editorial Nuestro Tiempo.

¹⁰ Miguel A. Grañados Chapa, “La Televisión de Estado”, en *Nueva Política*, op. cit.

¹¹ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Memoria*, op. cit.

¹² *Idem*.

cassettes, primero en Latinoamérica. Opera allí el control maestro para la Televisión Rural Mexicana (Televisión Cultural de México en sus orígenes). Con ese control maestro se puede enlazar cualquier canal de la ciudad de México y enviar sus programas, grabados o filmados, a la cadena de TRM. En ese mismo piso se cuenta con otro control maestro para cadena nacional, completamente separado del que funciona para TRM.

Allí también está instalado el primer convertidor de normas del continente americano. De esta manera se pueden convertir sistemas SECAM-PAL de 625 líneas a NTSC de 525 líneas.

El Estado mexicano, a través de los estudios de la Torre de Telecomunicaciones, opera —como ya se dijo— la red de Televisión Rural Mexicana (TRM), constituida por 110 estaciones —44 transmisoras, 11 retransmisoras, 27 transmisoras alimentadas por videocassettes.

Las instalaciones de Televisa cuentan con equipo “hasta para tirar pa’riba”, según lo señalan propios y extraños. No sólo continúan llenando el tiempo no empleado por el Estado y que corresponde al 12.5 por ciento, sino que también le maquilan al Estado. Y aprovechan también las facilidades infraestructurales que el Estado ha sufragado, como son la Red Federal de Microondas, las estaciones terrenas para la bajada de señales por satélites, etcétera. Telesistema tiene pasivos con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes por concepto del uso de la red de microondas. También tiene pasivos el canal 13 por este concepto, con la misma dependencia.

Por su parte, canal 13 cuenta con el siguiente equipo y estudios: 22 cámaras de color y dos portátiles, 5 *switchers*, 8 videograbadoras (4 más adquiridas recientemente); 4 telecines de color, 3 unidades móviles de color y una de blanco y negro; dos transmisores de color en el Cerro del Chiquihuite; 14 juegos de microondas; 5 estudios de grabación de televisión y producción, 1 estudio de grabación de audio y 3 500 metros cuadrados de oficinas.

Los estudios y equipo del canal 11 son los siguientes: tres estudios para blanco y negro con equipo obsoleto adquirido en 1959; una unidad móvil blanco y negro cuyo vehículo data de 1960; una unidad móvil a color semiprofesional; un telecine blanco y negro con grandes problemas mecánicos por desgaste, adquirido en 1966; un pequeño telecine a color no profesional que se ocupa en la actualidad 16 horas diarias, por lo que su estado mecánico ya es deplorable; dos videograbadoras a color profesionales y una en blanco y negro obsoleta. El equipo que forma la infraestructura electrónica existe desde 1959, y en la actualidad no es adecuado para color; y en blanco y negro es poco confiable, pues ya necesita mantenimiento continuo.¹³

¹³ Angel Chavarría Lugo, *Informe a COFFA*, 1977.

LA TELEVISIÓN EN MÉXICO (COMENTARIO)

Regina Jiménez de Ottalengo

La comunicación, de acuerdo a la tesis de Pasquali, es un proceso en donde se efectúa una relación biunívoca entre dos polos, un proceso en el que se efectúa un diálogo entre el emisor y el receptor y en donde el receptor se puede convertir en emisor.

Partiendo de esta definición y evaluando la situación de la televisión mexicana, encontramos que ésta es un medio de difusión.

La televisión en México es un polo que irradia sus mensajes a un público eminentemente receptor, condenado a la asimilación y a la manipulación.

Por la estructura misma de la televisión en México, sólo tienen acceso a ella: el poder económico y el poder político. El poder económico tiene una motivación inmediata, que es la de vender; cumple ese objetivo sin muchos sobresaltos. El poder político tiene como propósito primordial manejar la información para manipular la opinión pública de acuerdo a ciertos intereses minoritarios.

Dado que esos dos poderes están preocupados por lograr sus fines inmediatos, descuidan la función social que la televisión debe tener: *la de servir de instrumento para la instrucción y la educación que coadyuve a “lograr la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana”*, tal y como lo establece la ley de radio y televisión vigente.

La televisión en México no educa porque no nos ofrece una imagen de la realidad. Nos envía una imagen simplista del mundo, con héroes falsos, seres invencibles, superhombres, cuyos logros fáciles nos pintan un mundo color de rosa. A veces nos colocan ante un mundo gris donde no hay posibilidad de cambio, nos muestran un destino fatal; y lo que es más grave, nos enseñan esquemas de vida y problemáticas ajenas a nuestra realidad, ya que buena parte de la programación y de la publicidad es realizada en el extranjero.

No exageramos al decir que mientras la instrucción educación crea o busca crear sentimientos sociales, fija finalidades socio-personales valiosas e instrumenta en forma razonable su realización. Su contrapartida, la propaganda, propicia un ciego